TYPO

typografie . grafický design . vizuální komunikace
typography . graphic design . visual communication

TYPO.19 FEBRUARY 2006

Partneři časopisu / Partners of magazine

generální partner/ general partner

Vydavatel odborných publikací, pořadatel seminářů, konferencí a odborných zájezdů, konzultant a poradce pro oblast předtiskové přípravy, tisku, dokončujícího zpracování

Vydavatelství Svět tisku, spol. s r. o.
Hollarovo náměstí 11, 130 00 Praha 3, Česká republika
tel.: 271 737 788, 271 733 554, fax: 272 736 252
e-mail: redakce@svettisku.cz; inzerce@svettisku.cz
http://www.svettisku.cz

hlavní partneři / main partners

Distributor a produkční partner společnosti Linotype Library, dodavatel a systémový integrátor grafických, předtiskových a publikačních systémů a zařízení pro produkční digitální tisk.

DataLine Technology spol. s r. o.
Drahobejlova 6, 190 00 Praha 9, Česká republika
tel.: +420 284 811 400, fax: +420 284 811 409
e-mail: obchod@dataline.cz
www.dataline.cz

Výhradní distributor Adobe Systems pro ČR a SR. Dodavatel aplikací pro klasické, internetové a multimediální publikování a pro elektronickou distribuci a archivaci dokumentů. Specializované školící středisko aplikací Adobe.

AMOS Software, spol. s r. o.
Patočkova 61, 169 00 Praha 6, Česká republika
tel.: +420 284 011 211, fax: +420 284 011 212
e-mail: obchod@amsoft.cz
www.amsoft.cz

tiskárny / printers

partner / partner

DTP, redigitalizace filmů, osvit CtP, archový i rotační ofsetový tisk na strojích Heidelberg, vazby V1 a V2

Tiskárna Praha
Poděbradská 540, 190 00 Praha 9 – Vysočany
tel.: 225 277 111, fax: 225 277 249, e-mail: obchod@praha.reproprint.cz

Tiskárna Zádveřice
763 12 Zádveřice 48, Zlínský kraj
tel.: 577 687 111, fax: 577 687 112, www.reproprint.cz

partner / partner

partneři / partners

ADOBE AUTHORIZED SERVICE PROVIDER

grafické návrhy, DTP, scan, osvit velkoformátový a digitální tisk prodej fontů URW++ a Adobe

Studio Marvil, s. r. o.
Ječná 29, 120 00 Praha 2
tel.: 224 941 955, fax: 224 941 145
marvil@marvil.cz
www.marvil.cz

Střešovická písmolijna je výrobcem kvalitních OpenType fontů s jedenáctiletou tradicí. Kromě slavných klasických textových písem z evropské historie nabízí také důležitá původní díla českých písmařů 20. a 21. století.

František Štorm
Špálova 23, 162 00 Praha 6 CZ
mail@stormtype.com
www.stormtype.com

Océ umožňuje svým zákazníkům účinné a efektivní zpracování dokumentů nabídkou průběžně inovovaných produktů pro správu a tisk dokumentů pro profesionální prostředí.

Océ-Česká republika, s. r. o.
Hanusova 18, 140 21 Praha 4
tel.: +420 244 010 111, fax: +420 244 010 190
e-mail: info@oce.cz, http://www.oce.cz
http://shop.oce.cz

Univerzální tiskárna a grafické studio. Tisk katalogů a časopisů V1, V2, V3, automatický výsek.

OMIKRON Praha, spol. s r. o.
Doudova 22, 147 00 Praha 4
tel.: 261 218 309–10, fax: 261 227 946
výroba: U Elektry 650, Praha 9 – Hloubětín
e-mail: omikron@omikron.cz
www.omikron.cz

Lokalizace písem do CE sady včetně úplného kerningu všech nových znaků. Konverze počítačových písem OpenType, Type 1 a TrueType pro Mac & PC. Generování OpenType fontů včetně funkcí podporovaných v Adobe CS 2.

Designiq
Šimáčkova 18, 170 00 Praha 7
fontservis@typo.cz
www.typo.cz/ fontservis

partneři / partners

partner / partner

(nejen) knižní typografie a sazba, jazykové redakce, korektury, školení grafických pracovníků

Studio LACERTA
Chvalova 11
130 00 Praha 3
tel.: 603 746 009
sazba@sazba.cz
www.sazba.cz

Původní písma, korporátní písma, písma na objednávku.

SUITCASE TYPE FOUNDRY
Soběslavská 27
130 00 Praha 3
tel.: +420 775 066 498
mail@suitcasetype.com
www.suitcasetype.com

ANTALIS s. r. o., velkoobchod papírem, člen nadnárodní společnosti ANTALIS International Holdings.

ANTALIS s. r. o.
Office Park Nové Butovice
Bucharova 1314/8, 158 00 Praha 5
tel.: +420 233 113 211, fax: +420 233 113 223
e-mail:antalis@antalis.cz
www.antalis.cz

partner / partner

TYPO typografie . grafický design . vizuální komunikace
typography . graphic design . visual communication

ČLEN ICOGRADA DESIGN MEDIA NETWORK . A MEMBER OF ICOGRADA DESIGN MEDIA NETWORK icograda

→ **www.magtypo.cz**
→ **vydavatel** publisher
Vydavatelství Svět tisku, spol. s r. o.
Společnost je zapsaná u městského soudu Praha, oddíl C, vložka 80559
→ **adresa** address
Hollarovo náměstí 11, 130 00 Praha 3
tel./phone: +420 271 737 788
fax: +420 272 736 252
→ **předplatné** subscription
predplatne@magtypo.cz
sub@magtypo.cz
→ **manažerka redakce** editorial office manager
Linda Kudrnovská (linda@magtypo.cz)
→ **inzerce** advertising
Martin Jamrich (martin@magtypo.cz)
→ **redakce** editors
redakce@magtypo.cz, pr@magtypo.cz
Filip Blažek (filip@magtypo.cz)
Pavel Kočička (catt@magtypo.cz)
Jakub Krč (jakub@magtypo.cz)
Pavel Zelenka (pavel@magtypo.cz)
→ **grafika** design
Jana Vahalíková (jana@marvil.cz)
→ **pre-press**
Studio Marvil (www.marvil.cz)
→ **tisk** print
REALTISK s. r. o. Opatovická 18, 110 00 Praha 1 Nové Město,
tištěno na papír BLACK LABEL mat / printed on BLACK LABEL mat paper – 150 g/m² & 250 g/m² (dodává ANTALIS s. r. o.)
→ **programy** software
Adobe InDesign®, Adobe Photoshop®, Adobe Acrobat®, ScenicSoft ColorCentral®, ScenicSoft Preps®

Vydávání povoleno Ministerstvem kultury ČR pod číslem MK ČR E 13984, ISSN 1214-0716. Názvy produktů a jmen firem zmiňovaných v magazínu mohou být chráněny ochrannými známkami. Přebírání jakýchkoliv údajů z magazínu je povoleno pouze s písemným souhlasem vydavatele.
Materials from this magazine must not be copied or further published without the consent of the editors.

TYPO.EDITORIAL 1

TYPO.THEME 2
Veronika Burian → Oldřich Menhart
calligrapher, type designer and craftsman
kaligraf, typograf a řemeslník

TYPO.PROJECT 16
Mark Thomson → Microtypography
Mikrotypografie

TYPO.PHENOMENON 26
Pavel Zelenka, Bibiana Beňová → Nové logo České republiky
New logo of the Czech Republic

TYPO.BAZAAR 38

Milí čtenáři,
únor si v Česku každoročně připomínáme jako měsíc, kdy se roku 1948 chopila moci komunistická sebranka a uvedla celou zem na čtyřicet let do nenormálních podmínek. Krátce po revoluci stálo před každým veřejně činným občanem rozhodnutí: schválím komunistickou zvůli, vzdám se svobody jako základní demokratické hodnoty a režim mě za to odmění, nebo se vzepřu a budu riskovat vězení, případně i život? Zvlášť krutá byla tato volba pro umělce: umění přece stojí na vnitřní svobodě a na svobodě interpretace, bez svobody je umělec jen sluhou, poskokem. Aniž bychom chtěli soudit a analyzovat, konstatujme, že statečný a nesmlouvavý postoj patřil v té době spíš k výjimkám a že velká část kulturních „velikánů“, kteří v meziválečném období vytvořili klíčová díla české kultury, přistoupila na posluhování mocným, ať už ze strachu, nebo z touhy i v nových poměrech zůstat na výsluní a mít se dobře. Na dlouhá léta je tak česká kultura poznamenána zvláštním rozštěpením: umělecké a lidské hodnoty se často rozbíhají na opačné strany... Dnešní vykladač takové osobnosti je postaven před obtížnou volbu: věnovat se jen nesporným hodnotám a ono „lidské, příliš lidské“ upozadit, nebo naopak nesmlčet nic, ale pak vědět, že je nutné nad osobností vynést hodnotový soud. Autorka profilu významného českého typografa Oldřicha Menharta, který v tomto čísle najdete, zvolila spíš první možnost a obešla Menhartův podíl na „corporate identity komunistické moci“ či odměny z rukou diktátora Klementa Gottwalda. Na celkovější a hlubší analýzu jeho život i dílo stále čeká a těžko říct, jak dlouho ještě bude. Dilema být svobodný, nebo sloužit není totiž vlastní zdaleka jen totalitním systémům: každý grafik a designér si tváří v tvář reklamě, průmyslu i moci denně zažívá svá malá „menhartovská“ dilemata... Dobré čtení! ✖ [redakce]

Dear readers,
traditionally, the month of February is commemorated as the very month when, in 1948, the communist rogues seized power and brought our whole land into a state of decay for the forty years to follow. Shortly after the takeover, every public official faced one crucial decision: shall I agree to the self-righteous despotism of the communists, shall I give up freedom as the elementary value of democracy, and shall I be rewarded by the regime for that? Or, shall I revolt against this and risk imprisonment or even a death sentence? This choice was exceptionally cruel for artists: after all, art is built on inner freedom, on the freedom of interpretation, and without freedom, the artist becomes a mere servant, a slave. Without judging or analysing, let us admit that brave and uncompromising standpoint was among our cultural figures rather rare, and those who, in the inter-war period, created the key works of our art, often served the powerful of the time, be it out of fear or out of the desire to stay in the sun and live in comfort. For many years to follow, Czech culture was stigmatised by an odd antinomy—human values and creative abilities often followed quite different paths... Today, an expert trying to interpret such figures faces a difficult decision: he may choose to deal with the pure, indisputable qualities and to leave the human, “far too human”, aside. Or, he may decide to hold back nothing, but then he has to voice a judgment. The author of the profile of Oldřich Menhart has chosen the first approach, and she decided to avoid Menhart’s role in the creation of the “corporate identity of the communist regime”, or the gratuity awarded to Menhart by the dictator Klement Gottwald himself. We must, then, further await a more complex, deep analysis of his life and work. It is difficult to say how long this wait shall last... After all, the dilemma between personal freedom and serving the mighty is not reserved solely for totalitarian systems—each and every designer has to face the advertisement industry and the powerful of today, and he has to solve his own “menhartian” dilemmas... Enjoy the reading! ✖ [the editors]

TYPO:TEXT Nimbus Sans Novus (Regular, Medium, Semibold, Black) Fette Engschrift (Regular) → URW++

In June 1897 Oldřich Menhart was born in Prague where he also died in February 1962. His father was a goldsmith teaching his four sons engraving, drawing and carving from an early age on. Here Menhart acquired skilled hands and a profound feeling for shapes. He developed a sense for detail up to a level of perfectionism. Additionally, he became familiar with the peculiar characteristics of the material and the tool. The skill of being aware of the relationship between tool and form, that is to know how technology would affect the final shape, became Menhart's fundament for his later mastery. His working experience in the printing house Politika in Prague and his teacher Karel Mrázek at the school of typography were further formative impacts. The contact with the process of printing and the industrial production of typefaces was crucial for his extraordinary understanding of technical conditions when it comes to design. On the other side, through Mrázek he was exposed to calligraphy and book design. Menhart quickly realized the potential of expressing visually, beauty, sentiments and intellect by the means of that art form and took every opportunity to study letterforms in churches, public buildings, cemeteries, libraries… Free from traditional heritage and knowledge, he was able to observe the inscriptions with innocent eyes and to see the spirit of the letters behind the external form. This made for a gradual development of his intuition for the viability of letter shapes and their emotional effect on the message to the reader. Beautiful but superficial and decorative, calligraphy was alien to him though. The challenge was to develop his own ideas and to find new ways of conceiving of artistic handwriting as a graphic representation of his individuality. The art of writing, in fact, became an existential element of his life and work. An excellent example of Menhart's calligraphic roots is the highly individual typeface Manuscript from 1943–45. Freely drawn with a spring pen, it is deliberately rough with a primitive and peasant finish. Despite its rustic feel and irregularity, the typeface appears very spirited, elegant, surprisingly uniform and legible. Paul Standard once noticed that it is "seemingly written with molten metal". Its irregularity is intensified by the jagged strokes, tapering to the bottom. The tails on the letters K R, the frankly pen-formed serifs on E, F, L, T and the characteristic slope on the bottom stroke of Z, z show the calligraphic heritage of Manuscript as well. It is regarded as Menhart's masterpiece, expressing the author's energetic temperament and self-confident personality. Max Caflisch went as far as to say that it "…has no type-design counterpart either contemporary or historic."

TYPOTEXT Nimbus Sans Novus (medium, **bold**, **heavy**) URW++ → Figural (Roman, *Italic*, **Bold**)

TEXT. VERONIKA BURIAN

calligrapher, type designer and craftsman

kaligraf, typograf a řemeslník

Oldřich Menhart

Oldřich Menhart se narodil v Praze v červnu 1897 a v Praze také v únoru 1962 zemřel. Jeho otec byl zlatnický mistr a své čtyři syny od raného dětství učil kreslit, rýt a vyřezávat. Po otci zřejmě Menhart podědil nejen zručnost, ale i hluboký zájem o tvar, cit pro detail a perfekcionismus. Navíc se v otcově dílně seznámil s typickými vlastnostmi různých materiálů a nástrojů. Schopnost uvědomit si vztah mezi nástrojem a formou – tedy odhadnout, jaký vliv bude mít technologie na finální tvar – se stala základem Menhartova budoucího mistrovství. Formující vliv měl na Menharta i jeho učitel Karel Mrázek ze školy typografie a práce v pražské tiskárně Politika. Kontakt s tiskovým procesem a průmyslovou produkcí písem byl důležitý pro Menhartovo pochopení technických náležitostí při pozdějším navrhování písem, kontakt s Mrázkem ho přivedl ke kaligrafii a knižnímu designu. Menhart záhy rozeznal výrazový potenciál typografie – možnost vyjádření krásy, citu a intelektu – a ke studiu písma využil každou příležitost, všímal si nápisů v kostelech, na veřejných budovách, na hřbitovech, v knihovnách... Byl schopen vidět písmo nezaujatým pohledem bez tradičních předsudků a vnímat za vnější formou i „duch písma". To přispělo k postupnému tříbení Menhartovy intuice, díky níž byl schopen posoudit životaschopnost tvarů písma a jejich emoční dopad na čtenáře. Krásná, ale umělá a příliš dekorativní kaligrafie mu byla cizí. Chtěl formulovat vlastní myšlenky a najít nový způsob, jak koncipovat umělecký rukopis coby grafické vyjádření osobnosti. Písmařské umění se stalo existenciální součástí jeho života a díla.

Příkladem Menhartových kaligrafických začátků je vysoce individuální písmo Manuscript z let 1943–45: je volně kreslené perem, se záměrně hrubými tahy. Navzdory svému neotesanému vzhledu a nepravidelnosti se písmo jeví jako oduševnělé, elegantní a až překvapivě homogenní a čitelné. Paul Standard kdysi poznamenal, že Manuscript se zdá být „psaný roztaveným železem". Jeho nepravidelnost je ještě zvýrazněna zubatými a směrem dolů se zužujícími tahy. Chvosty verzálkových **K** a **R**, perem kreslených patek u **E**, **F**, **L** a **T** a charakteristický sklon spodního tahu velkého i malého **z** dokládají kaligrafickou tradici písma. Manuscript je považován za Menhartovo

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstu
vwxyz
?+":.„§— ,;*!
(1234567890)

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ
ÁĂČÇĎĚÉÍÓŘŠŤÚŮÝ
[1234567890]
abcdefghijklmnopqrstu
vwxyz
áčçděéíňóořšťúůüýž

Kompletní toto písmo tvoří nový český typ pro náročné a sváteční tisky, s jakými se v cizině zabývají soukromé presy. Zvláště knihy, ilustrované dřevoryty, budou se sazbou textu z tohoto písma tvořiti harmonický celek. Pro tiskárny může být toto písmo rentabilní také tím, že jeho silnější kresba neutrpí tak snadno rychlým opotřebováním. Matrice tohoto písma vyryla se zvláštní pečlivostí Státní tiskárna v Praze za přímého dohledu autorova.

Písmo je odléváno tak, že nepotřebuje od sazeče žádného vyrovnávání ve versálkách. Akcenty jsou komponovány s písmem, sedí celé na kuželce a není tudíž nebezpečí, že by se za tisku u některé versálky mohly odlomiti. Pamatováno je zde i na akcenty slovenské a francouzské. Písmo je doplněno třemi druhy alineí k rozdělování odstavců v knihách, aby nerušily a byly stylové k písmu.

↑ **Detail of Czech text from a specimen booklet on Manuscript.**
Detail českého textu ze vzorníku pro Manuscript.

← **Manuscript Antikva (top) and Kursiva (bottom), issued by Státní tiskárna, Prague in 1943–46. In the Kursiva, the calligraphic appeal is even more apparent, see for example the letters A J T Z 2, and the strong in- and outstrokes on such letters as i l m n.**
Manuscript antikva (nahoře) a kurziva (dole), vydala Státní tiskárna v Praze, 1943–1946. Kurziva má jasné kaligrafické sklony, jak je zjevné například ze znaků pro A, J, T, Z a 2 či z výrazných začátků a zakončení tahů u písmen i, l, m nebo n.

↓ **Manuscript Graždanka (top) and Manuscript Graždanka Kursiva (bottom).**
Manuscript Graždanka (nahoře) a Manuscript Graždanka kursiva (dole).

MANUSCRIPT

А Б В Г Д Е Ж З И Й К Л М Н О П Р
С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я
абвгдежзийклмнопрстуфхцчшщ
ъыьэюя1234567890-:;!?)«»

А Б В Г Д Е Ж З И Й К Л М Н О П Р
С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я
абвгдежзийклмнопрстуфхцчшщ
ъыьэюя1234567890-:;!?)«»

Существенной разницей между шрифтом »антиква« и гражданским шрифтом является унциальный характер строчных букв русского алфабета, которые лишь в небольшом числе случаев отличаются от формы прописных букв. Поэтому гражданский шрифт, по сравнению с шрифтом »антиква«, всегда производит впечатление торжественного шрифта, как бы составленного из мелких прописных букв. Для хорошей четкости гражданского шрифта требуются открытое начертание букв и достаточные пробелы.

Designer and technology

In many ways, Menhart's approach to design and its realisations differs quite remarkably from his contemporaries. Not only did he consider himself rather a craftsman than an artist, but his work also shows greater maturity and understanding of the matter.

Probably because of Menhart's experience in the printing industry, he had a positive attitude towards new technologies. He was familiar with the characteristics of the material, its constraints and possibilities, and knew about the technical limits and requirements of printing and the production of type. In his opinion, the designer, while creating, had to keep in mind that the control of the process had been increasingly removed from him. Therefore he needed to imagine the final appearance of his typeface, predicting possible problems and acting upon it. Competence and mutual understanding between the designer and the type foundry were essential prerequisites for success. According to Menhart, relying on the foundry to correct the designer's errors would be fatal. He was convinced that, because of the designer's demands and high level of quality, he could have a fruitful influence on the progress of technology.

Generally he evaluated mass-production of printed matter and typefaces as positive and appreciated this democratisation of the book-trade. In his eyes, it was the logical consequence of the social changes of that time and a challenge for the designer. Technology was to be used smartly, giving a sense of personality and liveliness to the industrially produced typographical product.

However, in the 1930s, the economic and technical climate was under-developed in his home country. Its history, involving loss of political sovereignty for many centuries, and the related lack of an independent printing industry, contributed greatly to the missing professional knowledge and experience of type-making. The inadequate equipment and miserable conditions of Czech type foundries and printers were jointly responsible for the international failure of Czech typefaces.

Menhart was fortunate to have had the possibility to publish his first typefaces abroad. The dealer for the Bauer type foundry, O. Zahradnik, whom he encountered on his trip to Offenbach, encouraged him to submit a proposal to the foundry. He followed this advice and sent a map with drawings and sample text layouts. The name was Codex Antiqua and Kursiv, a hint to two important medieval manuscripts, the Reimser and Wyssehrader Codex. It was strongly calligraphic and dynamic, but not yet accomplished. After several revisions it resulted in the typeface Menhart Antiqua / Kursiv, cast in 1931 by Bauer in Germany. It is a nicely balanced and calm design, with generous proportions and calligraphic reminiscence. The dynamic spirit is enhanced by the asymmetrical shape of the serifs. They are blunt, rectangular on the right side but wedge shaped and elongated on the other. The strokes are modulated, reflecting the broad edge pen, and the round letters tend towards a square shape. In doing so, they form a solid base for the diacritics above them. These are some hints of his leitmotifs that became fundamental features of the later designs.

The typeface is neither radical nor particularly inventive. It respects the traditional heritage and conventions. Nevertheless, it is elegant, vigorous, personal and legible. Many great personalities, including E. R. Weiss, Stanley Morrison and Jan Tschichold, were among those who stated their admiration. The most remarkable comment, though, reflecting Menhart's perfectionism and skillfulness, came from Georg Hartmann, senior chief of the

veliké stáří unciály a její jednoduchý počet znaků, slavnostní ráz a prostá skladebnost, nekonečné bohatství tvarů a jejich plynulost na dvoulinkové osnově – není divu, že tyto zdánlivé protichůdnosti dráždí sebevědomého písmaře, aby se zmocnil unciály a přetavil ji v duchu soudobého projevu výtvarného! je třeba si uvědomit, že unciála není a nikdy nemůže být běžným typografickým písmem. neboť i v dobách, kdy vznikla a dospěla na úroveň skutečného uměleckého díla, užívalo se jí jen k psaní slavnostních nebo závažných textů a vždy ve větších stupních než užíváme k tisku knihy dnes.

↑ **Features of the uncial, such as its age, transitional character, solemnity and richness were some of the reasons for Menhart's continuous interest in creating an uncial himself.**
Menharta zajímala unciála kvůli jejím unikátním rysům, například stáří, přechodovému charakteru, důstojnosti a plnosti, které jsou pro ni typické. Proto chtěl sám vytvořit řez tohoto typu písma.

↓ **Česká Unciála, published in 1948 by Státní Tiskárna in Prague. Work on the design began already as early as in 1922 with experiments involving many variations and regional interpretations of the letterforms.**
Česká unciála, vydaná v roce 1948 Státní tiskárnou v Praze. Menhart na tomto návrhu začal pracovat již okolo roku 1922 a experimentoval s mnoha variantami a regionálními verzemi znaků.

↓↓ **One of Menhart's ExLibris.**
Jedno z Menhartových exlibris.

abcdefghijklmnopqr
stuvwxyz 1234567890
áéíóúýůčďěň :+,?–!.*;}

unciála

antikva & *kursiva*

ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ1234567890
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz&

ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ1234567890
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz&

Codex

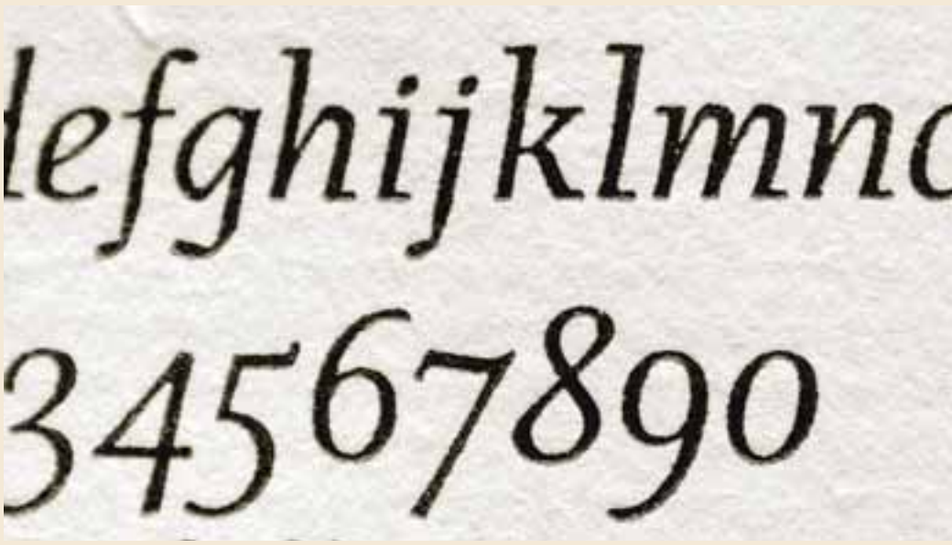
Amorem ocellis flammeolis heræ
Vidi insidentem credite posteri.
Fratres circum ludibundos
Cum pharetra volitare & arcu.
Eheu pauore cor trepido salit,
Mensj icta Amoris numine deu
Lymphatur: eheu parce telis,
Parce graui puer acer igne.
Fas inquieta sit mihi gaudia
Curasque dulces, cuspidis & tuæ
Votiua vulnera, atque amicum
Arte lyræ celebrare amarum.
Tu vim leonum, tu tigridum domas
Ceteque uros: perque acies truci
Dextra Gradiuum fulminantem
Mitem animis placidque reddis.

Mens animi iactata velut ratis, æquor
Dum turbant membris denegat
Nec potis est doctis desueta sororibus,
Quæ mage grata aliis numina quod
Promere Verbum ullum, sit memorabile
Sit dignum a posteritate legi.
Anxia sed patriæ casu infelicis, in hoc
Consumit vitæ tempus inane suæ.
Longe sunt studia & studiorum præses
Quid Bellonæ non facit ingenio.
Armorum strepitu & vario clangore
Personat exoriens occiduusque dies.
Cædem omnes bellumque volunt. pax
Frustra ubi consistat quærit in orbe
Miles agit prædas, totisque incendia

v duchu svobody a volnosti zachvěl společenským životem celé Evropy, přinesl prvé záblesky poznání a třídního uvědomění do dělnických řad. Feudální forma společnosti se začíná otřásati, dělný lid pozvolna chápe nutnost svého sdružování, jako prostředku k povznesení svého hmotného zájmu a svého vzdělání. A tak během dalších let i pražští typografové začínají zakládat své vzdělávací i odborové spolky. - Rok 1877 stává se pak mezníkem v historii našeho spolku, jeho zdárného vývoje a bohaté činnosti. Tento rok soustředil k cílevědomé práci mnoho nadšenců

↑ **Codex Antiqua, 1930, the precursor to Menhart Antiqua in 1931. The sample text was hand-drawn and part of a presentation map containing other drawings of the typeface that was sent off to Bauer typefoundy.**
Antikva Codex, 1930, byla předchůdcem Menhartovy antikvy z roku 1931. Text v ukázce byl ručně nakreslen jako součást prezentace, která obsahovala i jiné kresby tohoto písma. Prezentaci Menhart poslal do písmolijny Bauer.

← **Menhart Antiqua and Kursiva, 1931, issued by Bauer typefoundry, Germany. It was his first published typeface.**
Menhartova antikva a kurziva, 1931, vydala německá písmolijna Bauer. Jde o Menhartovo první publikované písmo.



↑ **A small specimen booklet with examples of Menhart Roman and Italic, commenting the process of the design written by Menhart himself. Only 150 copies were printed.**
Malý vzorník s ukázkami řezů Menhartovy romany a kurzivy, ve kterém sám Menhart komentuje proces vzniku tohoto návrhu. Bylo vytištěno pouze sto padesát výtisků.

↓ **Menhart Roman and Italic, 1934–36, issued by Montype, UK.**
Menhartova romana a kurziva, 1934–1936, vydáno v Monotype, Velká Británie.

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890-:;?!)"&

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890-:;?!)&

Bauer typefoundry. He said, “Tell me how you did it! In all my thirty years of type founding I have never had a design from an artist’s hand before which was ready and usable without any correction in the very first trial cutting and casting!” All of these characteristics contributed to make Menhart Antiqua the first Czech typeface to have any truly international success.

“Bodies without soul”
Menhart expressed this opinion with reference to the constructed sans serif typefaces from the 1920s. As discussed earlier, he believed in social and technical progress that required new solutions in the field of visual communication. The direction he took, however, was less controversial. It was very much related to his calligraphic background and love of written letterforms. To him, free handwriting was the best source of inspiration and innovation in the search for new, interesting forms. Slogans, such as “calligraphy is the cradle of type design” and “letters could not be designed until they had been written”, reflect this conviction. He refused to use any technical tools (ruler, compass, ruling pen), stating that mistrovské dílo vyjadřující autorův temperament a sebejistotu. Max Caflisch dokonce řekl, že se písmu Manuscript „ani v typografii současné, ani minulé nic nevyrovná“.

typograf a technologie
V přístupu k navrhování a realizaci písma se Menhart v mnoha ohledech výrazně odlišoval od svých současníků: nejen tím, že sám sebe považoval spíš za řemeslníka než za umělce, ale i tím, že jeho tvorba byla zralejší a jeho porozumění podstatě věci výraznější.
Pravděpodobně díky své zkušenosti s tiskařským průmyslem získal Menhart pozitivní vztah k novým technologiím. Znal dobře charakter jednotlivých materiálů, jejich možnosti a omezení a znal i technické nároky a limity výroby písma a tiskového procesu. Podle jeho názoru musí písmař při tvorbě písma pamatovat na to, že na proces finální výroby bude mít čím dál menší vliv. Proto si musí umět představit konečný vzhled písma, předvídat potenciální problémy a předcházet jim. Kvalifikovanost a vzájemné porozumění mezi typografem a písmolijnou považoval Menhart za základní předpoklad úspěchu. Spoléhat se, že písmolijna opraví typografovy chyby, bylo podle něj zásadní chybou. Byl přesvědčen, že typografovy požadavky a vysoká kvalita návrhu mají na vývoj technologie blahodárný vliv.
Obecně byl Menhart zastáncem masové produkce písem a tiskovin, neboť stály za demokratizací knižního trhu, která byla logickým důsledkem dobových sociálních změn a „výzvou pro typografy“. Chtěl však, aby technologie byly využívány s rozumem a aby průmyslově vytvářeným typografickým produktům dávaly punc originality a temperamentu.
Ve třicátých letech nebylo ekonomické a technické klima v Československu dostatečně rozvinuté. Nedostatečné vybavení a špatné podmínky českých písmolijen a tiskáren ve třicátých letech zapříčinily, že se česká písma v zahraničí neujala. Menhart měl ale to štěstí, že svá první písma publikoval právě v zahraničí. Na své cestě do Offenbachu se seznámil se zástupcem písmolijny Bauer O. Zahradnikem, který mu doporučil, aby jejich firmě poslal nabídku svých písem. Menhart písmolijně představil návrhy a vzorovou sazbu z antikvy a kurzivy Codex (řezů odvozených ze středověkých rukopisů – kodexu Remešského

ABCDEFGHIJ
KLMNOPQRS
TUWXYZ;?!&
abcdefghijklm
nopqrstuvwyz
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890-:;!?)“”&

FIGURAL

Krása písma spočívá v jeho klidnosti a světle, které, tak říkaje, odnímá papíru. Klidnost, kterou písmo krásně působí, není však ztrnulost a neživost, nýbrž organisovaný život. Jako u jiných umění spočívá v rovnováze pohybů. Tato klidnost tedy má dvě složky: životnost a uměřenost čili rytmus.

typefaces created in this manner could be executed by anybody. In an article published in the magazine ‘český Bibliofil’ in 1932, Menhart explained that the beauty of a typeface and its aesthetic value do not depend on a pile of geometrical tools. He went on to mention that letters that are purely mathematically constructed, so to speak, unpleasantly accurate and consistent, are only results of mechanical production, lacking personal charm; they are thoughtless, a dead born thing. He believed that dull repetition of shapes and their lack of subtle optical adjustments hamper legibility and tire the reader.

Proclaimed by some designers, the idea of a universal typeface, that was supposedly appropriate for every application, reduced the energy and power of it for Menhart. He sought for typographical diversity and thus expression of diversity of life. Industrial production must not destroy human versatility. A typeface should maintain the dynamic vibration of the human hand with all its irregularities and imprecision. This is the spring of charm and vigour. Consequently, his starting point was always writing, which he had mastered in a very impressive and sophisticated way. Writing, not in the sense of a sudden, ephemeral act, but more in the form of laborious and intense practice, over a long period of time. In a lecture he gave in 1958, he said, *“No ‘Master’ ever just fell out of the skies. That is, no letter-artist was born…but rather he arises through the accumulation of experience and through study and practical work”.*

In doing so, the scribe realises the inherent quality and structure of every single letter and the hand learns exactly all the needed strokes from the logic of the pen itself. A powerful and balanced relationship between the scribe and the tool is thus created. Once the scribe has absorbed this to its very last depth, he goes beyond the phase of thought, to pure expression. In fact, Menhart was convinced that awkward letter shapes came from misuse and a misunderstanding of the pen, since the pen itself cannot do wrong. It is the inexperienced and unskilled hand that is misleading.

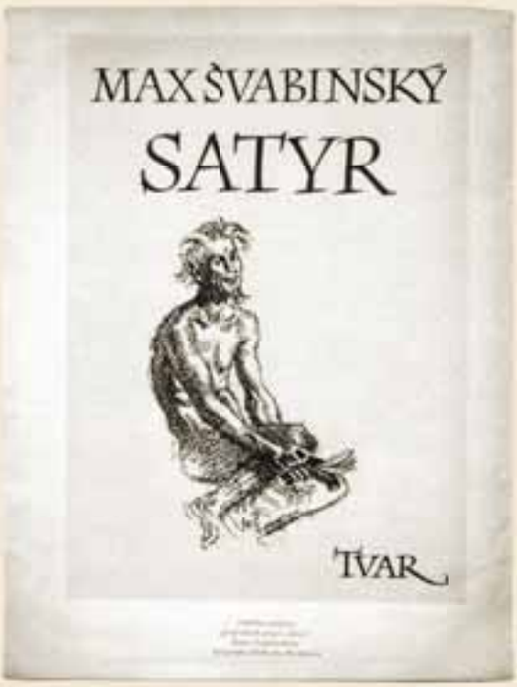
However, superficial attributes decorating the letters unnecessarily were not what he envisioned. On the contrary, he wanted to free the classic letters, to retain their original and eternal, comprehensible spirit, to achieve maximum simplicity without disturbing the easy flow of reading.

Indeed, in his second typeface Menhart roman / italic, he experimented with how far he could remove the design from the traditional conventions normally associated with text faces. It was supposed to represent modern typeface design liberated from historical archaism and focused more on functionality.

Thanks to Method Kaláb, director of Průmyslová Tiskárna, it was published by Monotype, UK, in 1936. The starting point was a simple handwritten alphabet. Gradually and very carefully, serifs and terminals were added only where optical balance, texture and legibility required it. This led to the use of semi-serifs—only one sided and completely missing on the first legs of the letters h, k, m, n—as a solution which was unusual for that time. In general, the typeface appears light, unsophisticated and aloof, functioning very well in a continuous text.

←**Figural Antikva and Kursiva, 1943–46, issued by Státní tiskárna, Prague.**
Antikva a kurziva písma Figural, 1943–46, vydala Státní tiskárna v Praze.

↓ **Calligraphy for a portfolio showing Max Švabinský's graphic drawings.**
Kaligrafie pro portfolio grafik Maxe Švabinského.



a Vyšehradského). Šlo o písmo vysoce kaligrafické a dynamické, ale nedokončené. Po několika úpravách z něj nakonec vznikla Menhartova antikva a kurziva, které v roce 1931 odlila německá písmolijna Bauer. Písmo je vyvážené, sebejisté, s velkorysými proporcemi a kaligrafickými reminiscencemi. Dynamika písma je ještě umocněna asymetrickým tvarem patek. Tahy nezapřou široký hrot kaligrafického pera a i kulatá písmena vypadají trochu hranatě, čímž poskytují dobrou oporu diakritickým znaménkům. To jsou první náznaky charakteristických prvků pozdějších Menhartových typografických návrhů.
Antikva není sice ani radikální, ani výrazně inovativní – respektuje tradici, historický kontext a dobové konvence –, je však elegantní, energická, individualistická a čitelná. Svůj obdiv k ní vyjádřili například Emil Rudolf Weiss, Stanley Morrison nebo Jan Tschichold. Největší chvály svých schopností a perfekcionismu se ale Menhart dočkal od Georga Hartmanna, ředitele písmolijny Bauer, který mu řekl: **„Povězte mi, jak to děláte! To je poprvé za třicet let mé praxe, co jsem z rukou výtvarníka dostal návrh písma, které je hned po prvním vyřezání a odlití perfektní a použitelné bez dalších úprav!“** Všechny zmíněné charakteristiky přispěly k tomu, že se Menhartova antikva stala prvním českým písmem s opravdu mezinárodním úspěchem.

„těla bez duše“
Tento termín Menhart použil k označení geometricky konstruovaných bezpatkových písem z dvacátých let dvacátého století. Jak už bylo zmíněno, Menhart věřil v sociální a technický pokrok vyžadující nová řešení na poli vizuální komunikace. Ale směr, kterým se sám ubíral, byl méně kontroverzní, což souvisí s jeho vztahem ke kaligrafii a láskou k ručně psaným písmům. Pro Menharta bylo ručně psané písmo nejlepším zdrojem inspirace a zlepšení při hledání nových, zajímavých forem. Dokládají to jeho slogany: **„Kaligrafie je kolébkou typografie“** nebo **„Písmena nemůžeme navrhnout, dokud je nenapíšeme“**. Odmítal používat jakékoli technické pomůcky (pravítko, kružítko, rýsovací pero), protože se domníval, že písma takto vytvořená může navrhovat kdokoli. V článku publikovaném v časopise Český bibliofil z roku 1932 vysvětloval Menhart, že estetická hodnota písma nespočívá v hromadě geometrických nástrojů a že znaky, které jsou konstruované čistě matematicky, dalo by se říct odporně pečlivě a logicky, jsou pouze dílem mechanické výroby bez kapky osobního šarmu, jsou bezmyšlenkovitá a nudná a od počátku odsouzená k nezdaru. Domníval se, že nudné opakování tvarů bez jemných optických vylepšení ruší čitelnost a unavuje čtenáře. Takzvané „univerzální písmo“, které mělo být podle některých typografů použitelné pro každou příležitost, podle Menharta zásadně redukovalo

áàâäãå
čďěèéêëìíîï
ňñòóôöõőøřš
ťùúûüůűýž

ÁÄÇČĎĚÉŇÖ
ÖŘŠŤÚŮÜÝŽ
ääčçďéěíňóöô
řšťúůüýž

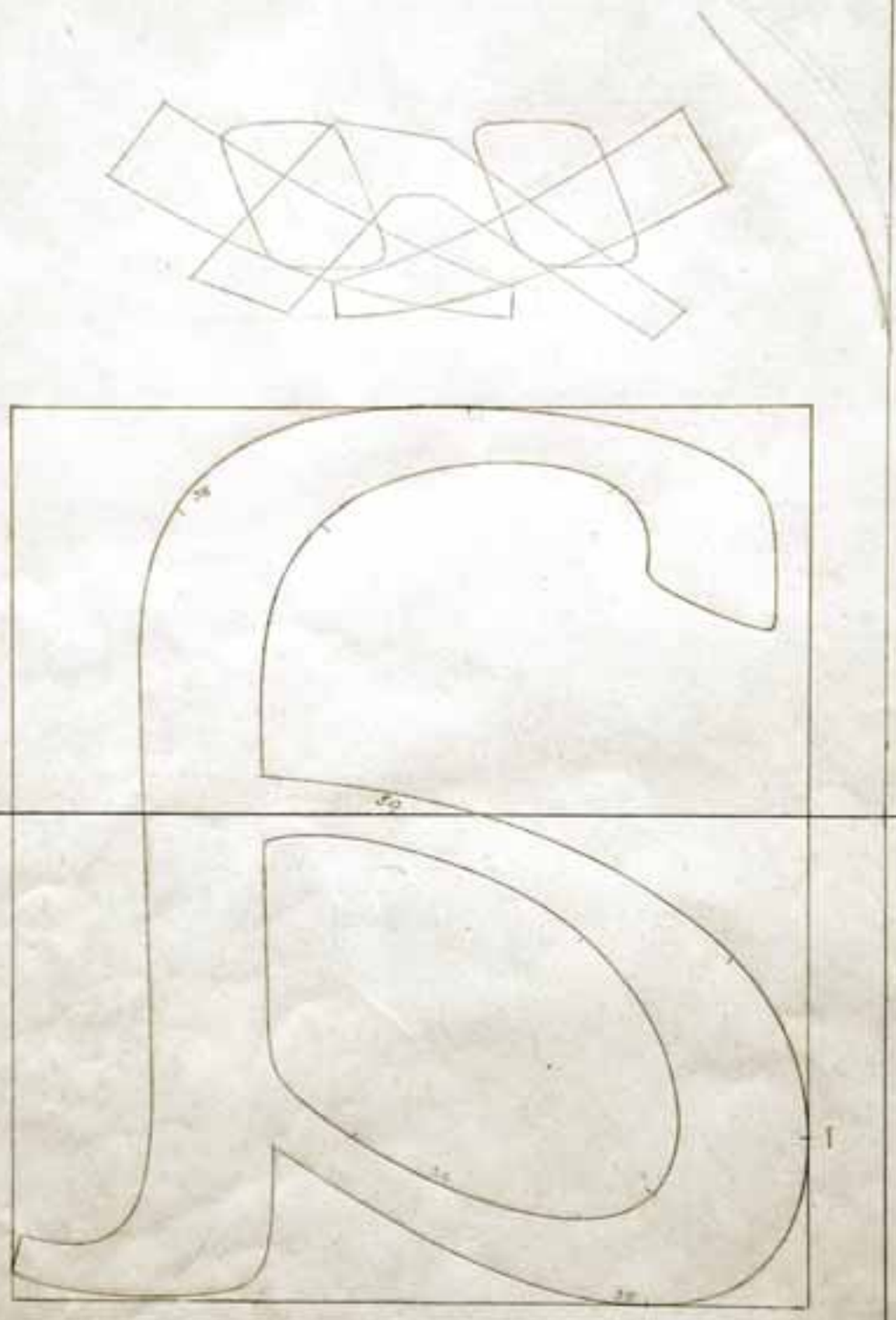
ÁÉÍÓÚÝ
ŮČĎĚŇ

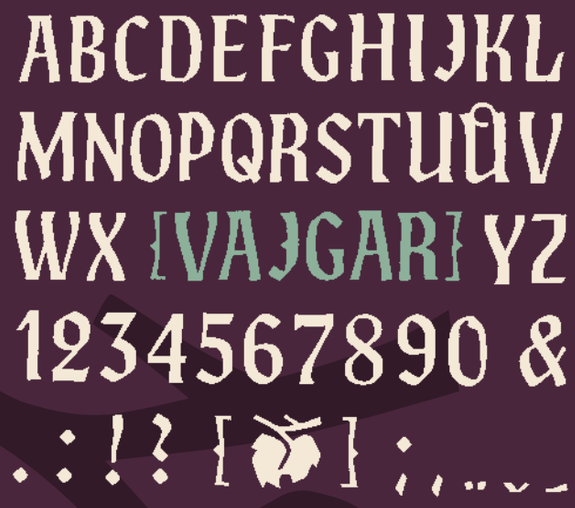
ÁČÉĚÍŇ
ŘŤÚŮÝŽ
ačďéěíňořšťúů

äçčéďôťů

Examples of accented letters on Menhart Antikva, Figural, Česká Unciála, Parlament and Menhart Roman. It clearly shows how much attention Menhart paid to bringing the diacritics into accord with the basic letter. They are unobtrusive, harmonius, but still distinctive.
Ukázka znaků s diakritikou z Menhartovy antikvy, antikvy písma Figural, České unciály, písma Parlament a Menhartovy romany. Z této ukázky je patrné, kolik pozornosti věnoval Menhart sladění diakritiky se základním znakem. Akcenty neruší, harmonizují s celkem, a přitom jsou dostatečně výrazné.

Original technical drawing of Menhart Roman, done by the Monotype drawing office, UK. It shows the lowercase letter a with all the accompayning accents. Normally, Monotype would have chosen them from a standard set of accents and then cast them together with the letter on the type body.
Původní technický nákres Menhartovy romany, vyhotovený v kreslírně Monotype ve Velké Británii. Zobrazuje malá písmena se všemi průvodními akcenty. V běžné praxi Monotype se diakritika vybírala ze standardní sady a poté byla odlita společně s písmenem jako jeden znak.





↑ **Monument, 1950. Originally only a few letters were drawn for the title and chapter headings of the book Satyr by Victor Hugo. Following Jan Tschichold's suggestion, Menhart expanded it to a whole alphabet, capitals only.**
Monument, 1950. Původně bylo z tohoto titulkového písma nakresleno jen několik znaků, které byly třeba pro titul a záhlaví knihy Satyr od Victora Huga. Na popud Jana Tschicholda Menhart návrh rozšířil na plnou abecedu (pouze verzálky).

↗ **Vajgar, 1961. One of his last typefaces.**
Vajgar, 1961. Jedno z posledních Menhartových písem.

Diacritics

Czech accents were of great concern. Readability and aesthetic appearance of the typeface suffer markedly if the diacritics are not brought into accord with the rest of the alphabet. Similar to punctuation marks, they are a subdued but very important part of the script, helping the reader. Their function is to enhance the ease and flow of reading and to gently indicate changes in pronunciation and the phonetic value of letters. Arbitrary changes to their appearance and position might lead to misunderstanding.

Although influenced by Vojtěch Preissig's experiments with accents, Menhart's approach was reserved and functional rather than expressive. Part of the solution was to emphasize the x-height, thus creating a solid and stable base for the diacritics by accentuating square forms of the letters a, e, c, o, s, in particular. The resulting imaginary straight, continuous guideline enhances the calm, nicely even and well-balanced effect of the printed Czech text. Other aspects to be considered are the frequency of specific letter combinations in the Czech language, e.g. the sequence of more than three consonants, and the absence of double pairs like oo, or ee. Furthermore, he took the respective occurrence and non-occurrence of particular letters into account and designed accordingly. The letters j, k, v, y, z, for example, are very frequent as opposed to q, w, x.

energii a sílu písma. Menhart hledal typografickou rozmanitost, která vyjadřuje rozmanitost života. Průmyslová výroba nesmí zahubit lidskou různorodost. Písmo by mělo odrážet dynamickou rezonanci lidské ruky se všemi jejími nepravidelnostmi a nedokonalostmi, které jsou pramenem vitality a šarmu. Z toho vyplývá, že Menhartovým východiskem bylo vždy psaní rukou, které zvládal velice impozantně a neopakovatelně. Psaní nikoli ve smyslu rychlého pomíjivého aktu, ale takové, které vyžaduje pracný a intenzivní trénink. V přednášce z roku 1958 řekl: **„Žádný učený z nebe nespadl, neboli nikdo se typografem nerodí, ale stává se jím postupným hromaděním zkušeností, studiem a praxí.“** Menhart byl přesvědčen, že nevhodné tvary písmen vznikají špatným použitím nebo nepochopením, jak správně použít pero – v peru samotném chyba být nemůže, je vždy v nezkušené, nešikovné ruce. Umělé dekorativní prvky v písmu odmítal. Chtěl naopak očistit klasické tvary písmen, uchovat jejich původní a nadčasově srozumitelnou podstatu, a docílit tak maximální jednoduchosti, která umožňuje snadné čtení textu.

Ve svých dalších písmech – romaně a italice – Menhart zkoušel, jak dalece je možné se při navrhování textového písma odpoutat od tradičních zvyklostí. Toto písmo mělo reprezentovat moderní písmový design osvobozený od archaismů a zaměřený hlavně na funkčnost.

Díky řediteli Průmyslové tiskárny Methodu Kalábovi vydal romanu a italiku v roce 1936 britský Monotype. Východiskem byla opět jednoduchá ručně psaná abeceda, k níž byly postupně a velice opatrně přidávány patky a koncové tahy, ale jen na místech, kde to bylo nezbytné kvůli optické vyváženosti a čitelnosti. Tak vznikly jednostranné patky na prvních dřících minuskových **h**, **k**, **m** a **n**, což bylo řešení na svou dobu velice neobvyklé. Písmo se zdá být světlé a jednoduché, velice dobře čitelné v hladké sazbě.

diakritika

Menhart se samozřejmě věnoval i akcentům, protože čitelnost i estetický vzhled písma jsou vždy ohroženy, když diakritika není v souladu se zbytkem abecedy. Stejně jako interpunkční znaménka jsou i akcenty podřízenou, ale velice důležitou součástí písma a pomáhají čtenáři při orientaci v textu. Svévolné úpravy vzhledu diakritických znamének a jejich umístění mohou vést ke špatnému pochopení textu.

Ačkoli byl Menhart ovlivněn Preissigovými experimenty s diakritickými znaménky, byl jeho přístup spíše rezervovaný a soustředil se víc na jejich funkčnost než na vizuální efekt. Součástí jeho řešení bylo zdůraznění střední výšky minusek a vytvoření solidního a stabilního základu pro diakritická znaménka zvýrazněním hranatých tvarů

- Trend to square the shape of round letters a, c, e, o, s
- Pen-based terminals on letters a, c, f, r
- Swelling of the stems towards the head serifs
- slightly bending stems, having their narrowest part approximately in the middle of the stem
- modulation of stroke coming from the logic of the broad nib pen
- sloped and curved head serifs
- variation in form and length of the head serifs
- balanced contrast of stroke weight
- long extenders
- Calligraphic fluent tail of Q
- Pen-formed terminal on J, j

Menhart Antikva	aceos	acfr	bldhkp	Q	Jj
Menhart Roman	aceos	acfr	bldhkp	Q	Jj
Figural	aceos	acfr	bldhkp	Q	Jj
Manuscript	aceos	acfr	bldhkp	Q	Jj

- Tendence k hranatému tvaru okrouhlých znaků a, c, e, o, s
- Perem psaná zakončení u znaků a, c, f, r
- Mírné rozšiřování dříků směrem k horním serifům
- Lehce ohnutý dřík s nejužší částí přibližně uprostřed
- Tvar tahu vyplývající z anatomie pera se širokým hrotem
- Nakloněné a zakřivené horní serify
- Nestejná velikost a délka horních serifů
- Vyrovnaný kontrast v síle tahu
- Dlouhé dotažnice
- Kaligrafická, plynulá ostruha znaku Q
- Perem psané zakončení u znaků J a j

Civilising calligraphy

Bringing calligraphy and typography together fascinated Menhart throughout his lifetime. When being regularised and adapted to typographic needs, it was a great challenge to subdue the influence of written letterforms without loosing their vigor and energy. In his opinion, the solution could only be found by clearing the shapes of handwritten elements, striving for simplicity and discipline wherever possible, and thus revealing the basic and pure letterforms. By doing this, their original beauty and power would be naturally expressed and more muscular curves full of tension would be obtained. Calligraphy is, so to speak, tamed and appears only indirectly in the form of a dynamic spirit behind the scenes and not so much in the graphic visualisation itself. Perfecting the technical standard of the design could, as he thought, support this process in a positive way. In fact, he was uncompromisingly critical and pedantic about his own work and that of others, always looking for optimal results. Only rarely did his drawings need to be reworked in order to fit the technical requirements of the type foundry. A brief comparison of his most accomplished typefaces Menhart antiqua, Menhart roman, Figural and Manuscript, demonstrate his proven leitmotifs with which he managed to maintain the calligraphic touch without loosing sight of typographic conventions. This venture was successfully supported by an even, regular and well-handled letter-spacing, which is indispensable for readability.

Expressing contemporary culture

It is interesting to see the typeface Figural from 1940, published in 1949 by Státní tiskárna in Prague, in this context. It is commonly regarded as Menhart's greatest and most mature book face. Paul Standard said, *"Both [roman and italic] are plainly derived from his handwriting, handwriting so direct and muscular as to suggest the learned script of a structural steelworker with a PhD."* Traces of cal-

Following a list of design elements which occur in Menhart Antiqua in a much more regular and subdued way than in Codex Antiqua, its forerunner:

Následuje seznam znaků, které se u Menhartovy Antikvy vyskytují mnohem pravidelněji a jsou jednotnější než u jejího předchůdce, antikvy Codex:

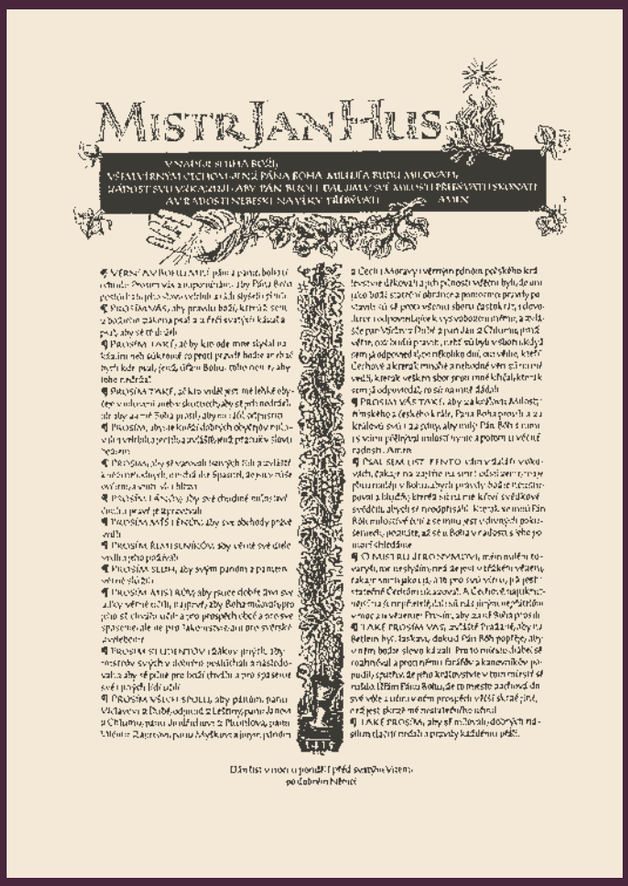
- **the tail of k, x**
  chvost písmen k, x
- **general shape of z, Z**
  obecný tvar z, Z
- **terminals on f, r**
  zakončení f, r
- **stroke ending on c, e**
  zakončení tahu c, e
- **shape of head serifs on b, d, h, k, l**
  tvar horních serifů b, d, h, k, l
- **flick on b**
  zásečka písmene b
- **broad square top of A**
  široká a hranatá vrchní část písmene A
- **flick of N**
  zásečka písmene N
- **serifs on C, E, F, G, L, S, T, Z**
  serify písmen C, E, F, G, L, S, T, Z

ligraphy are visible only in a very subtle way, bringing enough elasticity, dynamism and fluidity to the shapes. As opposed to the previous designs, the serifs are flat and very fine and the 'Menhartesque' sloped stroke of the z and Z is reduced to a serif drawn over the baseline. The proportions are rather classic and generous, remotely based on Jenson's roman of 1470. In general, figural appears angular, disciplined and vigorous, emphasising horizontality. It is his model of what a contemporary book face should look like.
From Menhart's point of view, the designer is supposed to take an active part in shaping the visual appearance of contemporary culture and society and, in doing so, become historical himself. This does not mean, however, that typographic tradition and conventions should be neglected. The tradition of the past should be logically continued by creating honest, authentic methods and styles from the spirit of the time. It serves the reform

zvláště u písmen **a**, **e**, **c**, **o** a **s**. Výsledná pomyslná linie písma umocňuje klidný, hladký a vyvážený dojem z tištěného českého textu. Musel také počítat s často se opakujícími kombinacemi písmen specifickými pro český jazyk, jako jsou například tři po sobě následující souhlásky. Navíc musel vzít v úvahu, že se některé znaky (**j**, **k**, **v**, **y**, **z**) vyskytují častěji než jiné (**q**, **w**, **x**), a podle toho abecedu upravit.

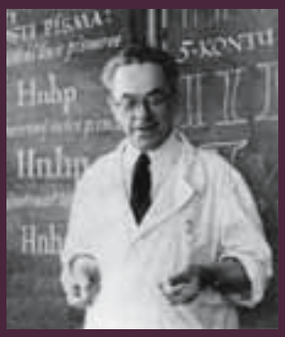
zušlechťování kaligrafie

Spojování kaligrafie a typografie fascinovalo Menharta celý život. Regulace a úprava ručně psaného písma pro potřeby typografie, to je způsob, jak zmírnit jeho výraz, aniž by zároveň přišlo o svou svěžest a energii. Podle jeho názoru bylo jediným řešením vyčistit tahy ručně psaných znaků, usilovat za všech okolností o jejich maximální jednoduchost, a tak odhalit původní čisté tvary. Tak lze přirozeně vyjádřit jejich originální půvab a sílu a získat výrazné křivky plné napětí. Kaligrafie se tím dá „umravnit" a může se projevovat jen nepřímo, ve smyslu dynamického ducha v pozadí, nikoli v grafickém ztvárnění. Menhart se domníval, že zdokonalováním technických standardů návrhu může tento proces pozitivně ovlivnit. Byl nekompromisně kritický až pedantský k vlastní práci i k práci ostatních a vždy se snažil o dosažení co nejlepších výsledků. Pouze výjimečně bylo potřeba přepracovat nákresy jeho abeced tak, aby vyhovovaly technickým požadavkům písmolijny.
Letmé srovnání Menhartových nejvýraznějších písem – Menhartovy antikvy, Menhartovy romany, Figuralu a Manuskriptu ukazuje osvědčené principy, díky nimž Menhart dokázal v písmu zachovat určitý náznak kaligrafie, aniž by ztratil ze zřetele typografické konvence. Toto riskantní spojení úspěšně doplňuje pravidelné a skvěle zvládnuté prostrkání písmen, pro dobrou čitelnost nepostradatelné.



←Calligraphy and poster design, 1936. Mistr Jan Hus: List věrným Čechům. It can be regarded as precursor to the typeface Manuscript.
Kaligrafie a návrh plakátu, 1936. Mistr Jan Hus: List věrným Čechům. Lze jej považovat za předchůdce Manuscriptu.

↙Menhart giving a lecture, 1950s.
Menhart přednáší, padesátá léta.



designed návrh	typeface písmo	published rok vydání	typefoundry písmolijna
1930	**Export Antikva (Kursiva, Codex Antikva)**		never published / nikdy nevydáno
	Kursiva	1930	Bauer type foundry, Germany / písmolijna Bauer, Německo
	Menhart Antiqua	1931	
1933	**Menhart Kursiva**	1935	
1933	**Menhart Antikva halbfett**	1934–35	Lanston Monotype, Great Britain / Velká Británie
	Menhart Roman, series / sada 397	1935–36	
1939	**Menhart Italic**	1939	Jaroslav Picka, Prague / Praha
1940	**Hollar**	1948–49	Státní tiskárna, Prague / Praha
1942	**Figural Romana**	1947	Intertype Co. New York
	Victory Roman		
1943	**Victory polotučná**		
	Victory Italic	1945	Typefoundry, Prague / Slevárna písem, Praha
1944	**Manuscript antikva**	1948	Státní tiskárna, Prague / Praha
1946	**Česká Unciála**	1947	
1948	**Manuscript Kursiva**	1949	
1950	**Figural Italika**	1952	Grafotechnan n. p., Prague / Praha
	Monument	1950	Czech governmental public office, Prague / Národní shromáždení ČSR, Praha
	Parlament		
		1954–55	Služba TOS, Prague / Praha
	Triga Antikva		
	Triga Kursiva		
1952	**Triga Antikva polotučná**	1953–55	Grafotechna, n. p., Prague / Praha
	Manuscript Graždanka		
1959	**Manuscript Graždanka Kursiva**		unknown / neznámá
1960	**Standard Antikva/Kursiva**		unknown / neznámá
1961	**decorative capitals for Figural / dekorativní kapitálky pro Figural**	1961	Tiskárna Stráž
	Vajgar		

↑ **Book covers for his own books about history and design of type, 1954 and 1957.**
Obálky pro Menhartovy vlastní knihy o historii a teorii písma, 1954 a 1957.
↓ **Decorative lettering for engraving.**
Dekorativní písmena pro účely rytí.
↘ **Examples of monograms and letterings.**
Ukázky monogramů a nápisů.

REFERENCES:

Babler Otto F., Oldřich Menhart, Czech printer, typedesigner and penman. De Gulden Passer, vol/sv. 28, pp/str. 1–31, Antwerpen 1950.
Bohatec Miloslav, Umělecký profil Oldřicha Menharta. Klub přátel výtvarného umění, Prague/Praha 1964.
Christians Hans (ed.), Menhart Oldřich 1897 bis 1962 seine typographischen Schriften, Hamburg 1968.
Duensing Hayden Paul, Oldřich Menhart, Fine Print, vol/sv. 13, no/č. 1, pp/str. 34–39, 1987.
Hála Rudolf, Život a dílo Oldřicha Menharta. Special edition/zvláštní vydání časopisu Typografia, no/č. 5, Prague/Praha 1962.
Hlavsa Oldřich, Typografická Písma Latinková. Nakladatelství technické literatury, Prague/Praha 1957.
Kaláb Method, Czechoslovak printing, Fleuron, no 3, pp 75–88, 1924.
Menhart Oldřich, Menhartova Italika. Limited edition/limitovaná série, Průmyslová tiskárna, Prague/Praha 1937.
Menhart Oldřich, Snahy o český výraz v písmě, Typografia, vol/sv. 45, pp/str. 176–180, 1938.
Menhart Oldřich, Nauka o písmu. Státní pedagogické nakladatelství, Prague/Praha 1954.
Menhart Oldřich, Výbor z díla písmaře a úpravce knihy. Státní nakladatelství krásné literatury, Prague/Praha 1955.
Menhart Oldřich, Česká unciála v soudobém typografickém písmařství, Prague/Praha 1950.
Menhart Oldřich, Abendgespräche des Bücherfreundes Rubricus und des Buchdruckers Tympanus. Special edition, Stempel AG, Frankfurt am Main 1958.
Menhart Oldřich, Tvorba typografického písma. Státní pedagogické nakladatelství, Prague/Praha 1958.
Standard Paul, The Menhart Story: American Printer, vol./sv. 134, no./č. 10–12, 1953.

and evolution of society. The revival of historic typefaces could no longer serve as the stimulus of new ideas. It fulfilled its task of cleaning the type foundries and printers from the type ballast of the excessive nineteenth century, but now it was time to move on.
His focus, after all, was not restricted to the Czech language only. Believing that all languages unified by the Latin script deserve proper respect put him into a global light in an era in which nationalistic sentiments were widely spread throughout Europe. This implies that Menhart was a modern designer who was actively looking over his own borders, seeking to meet the then current needs whilst simultaneously attempting to uphold his own Czech culture.
Moreover, the long list of his practical and historical publications mainly functioning as educational guidelines confirms that this quite unusual character was always striving for perfection, although open to criticism. He succeeded by designing typefaces which communicated the message of the author with a high degree of beauty, energy, and, above all, harmony. ✖

výraz současné kultury
V této souvislosti je zajímavé písmo Figural z roku 1940 (vydané Státní tiskárnou v Praze roku 1949). Figural je obvykle považován za Menhartovo nejlepší a nejvyspělejší knižní písmo. Paul Standard jednou řekl: **„Romana i italika se zrodily z Menhartova rukopisu, rukopisu tak smělého a energického, že připomíná rukopis slévače s doktorátem.“** Stopy kaligrafie jsou patrné jen natolik, aby tvarům písma dodaly dostatek pružnosti, dynamiky a plynulosti. Na rozdíl od předchozích písem jsou patky u Figuralu ploché a velmi jemné a menhartovský kosý tah malého a velkého **z** je v kurzivě zredukován na patku přetaženou přes účaří. Proporce písma jsou spíš klasické a velkorysé, lehce inspirované Jensonovou antikvou z roku 1470. Figural má hranatější tvary, je uspořádaný a energický s důrazem na horizontalitu. Je to Menhartova představa o ideálním moderním knižním písmu. Podle Menharta bylo povinností typografa aktivně se účastnit formování vizuální stránky současné kultury a společnosti, a tak se zapsat do historie. To ale neznamená, že typograf smí opomíjet klasické typografické tradice a hodnoty. V tradici je naopak třeba logicky pokračovat vytvářením poctivých, autentických metod a stylů v duchu doby a napomoci tak reformování a vývoji společnosti. Snaha o oživení historických písem už dále nemůže podněcovat vznik nových myšlenek. Splnila svůj účel očištěním písmolijen a tiskáren od typografického balastu devatenáctého století a nyní nastal čas ji překonat.
Menhartův zájem se nesoustředil pouze na český jazyk. Jeho víra, že si všechny jazyky sjednocené latinkovým písmem zaslouží náležitý respekt, dává Menhartově práci nádech globálního chápání typografie už v dobách, kdy se Evropou šířily spíše nacionalistické nálady. Menhart byl moderní designér, který se zabýval děním za hranicemi Československa ve snaze vyjít vstříc potřebám současného světa a zároveň pozvednout svou vlastní českou kulturu.
Dlouhý seznam jeho praktických a historických publikací pojatých primárně jako výukové materiály navíc potvrzuje, že tato výjimečná osobnost, ač otevřená kritice, vždy usilovala o dokonalost. Podařilo se mu navrhnout písma, která předávala poselství svého autora krásou, energií a zejména harmonií. ✖ **[překlad: Linda Kudrnovská]**

VERONIKA BURIAN was born in Prague in 1973, graduated in Industrial Design at the University of Applied Science in Munich, Germany. Before completing her studies she went to Vienna, Austria, to work as product designer at Gregerpauschitz. In 2000 she joined the team of the Japanese designer Makio Hasuike in Milan, Italy. Here Veronika's interests shifted increasingly from product to graphic design and typography. In 2003 she completed her MA in Typeface Design with distinction at the University of Reading and she is, amongst other things, currently working as type designer at Dalton Maag in London, UK. Some of her typefaces received the TDC Certificate of Excellence in Type Design in 2004, were selected in the Type Design competition from Creative Review in 2005 and are part of the touring exhibition e-a-t and the SOTA Typegallery at Typecon.

VERONIKA BURIAN se narodila v Praze v roce 1973 a vystudovala průmyslový design na Vysoké škole uměleckoprůmyslové v Mnichově. Před dokončením studia pracovala jako produktová designéra ve vídeňské společnosti Gregerpauschitz a v roce 2000 se zapojila do týmu japonského designéra Makio Hasuikeho v Miláně, kde se začala věnovat typografii. V roce 2003 získala titul MA na univerzitě v Readingu, kde studovala typografii. Dnes mimo jiné navrhuje písma pro londýnskou společnost Dalton Maag. Její abecedy získaly v roce 2004 TDC Certificate of Excellence in Type Design, v roce 2005 byly oceněny v soutěži Type Design pořádané časopisem Creative Review a jsou součástí putovních výstav e-a-t a SOTA Typegallery společnosti Typecon.

Samuel Johnson, A Dictionary of the English Language, first published 1755 (this edition published 1799), title page (left) and letter heading spread (right).
Samuel Johnson, A Dictionary of the English Language, první vydání 1775 (v ukázce vydání z roku 1799), titulní strana a úvodní dvojstrana písmene

microtypography

designing the new Collins dictionaries

THEN AND NOW

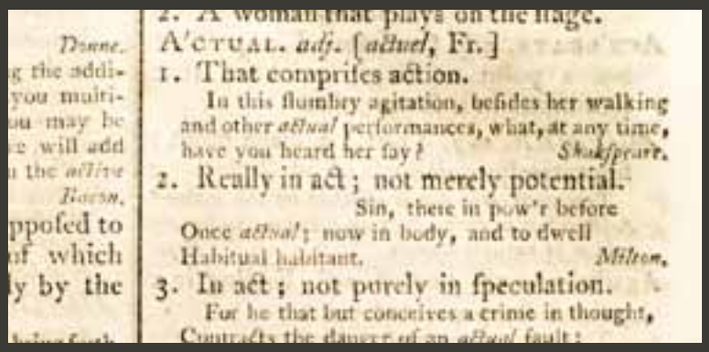
One of the surprising things about researching a new dictionary design was discovering how little has changed—on a macro level—over the last 250 years. The page architecture of Samuel Johnson's Dictionary of 1755 is practically identical to that of today's Collins English Dictionary: a three-column grid with three-letter column headers; outdented headwords; a cascade of entries and references.

The more obvious differences are in the microtypography. Dr Johnson's compositor didn't have a bold weight to separate headwords from entries, or a sans serif for related words; instead the hierarchies were expressed through capitals, small capitals, changing sizes and italics. Contemporary dictionaries generally tend to use lower- or upper and lower-case forms for headwords, in a bolder and often sans serif type, at a slightly larger size than the entries.

Looking back through the Collins archive in Glasgow gave a great opportunity to track the developments in between, Collins having published its first dictionary in 1824. The Collins Household Dictionary of 1859, with its single weight 6pt type and column rules, is quite difficult to navigate and read. The Graphical Dictionary of the later nineteenth century went the other way: relatively huge headwords in a design that lasted about 40 years. The twentieth-century Collins Gem dictionaries were pocket-sized and cheap; this one uses a 6pt bible type, set solid. The Modern University Dictionary of 1939 used the same type, but with indented and capitalised headwords—a backward step after the earlier supersize, lower case headwords and the outdented, bold headwords of the Gem.

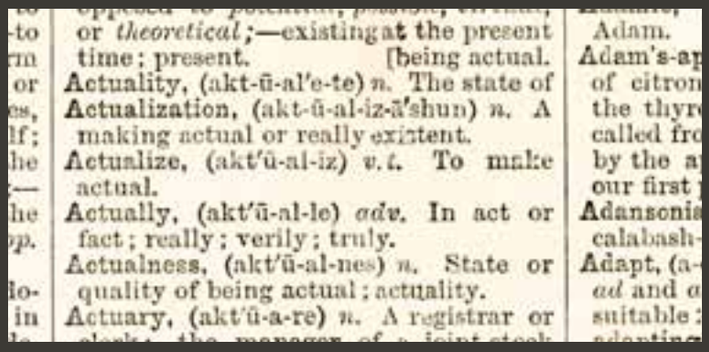
Although the 1950s-80s saw a new sobriety amongst dictionary publishers, the typographic means didn't always appear to be adequate for the issues of clarity and navigation that the dictionary presented. Entries like that for 'call' in the Collins Paperback English Dictionary of 1986 clearly show the struggle for legibility and the limitations imposed by justified typesetting and lack of distinction in the italic. Then suddenly around the mid-80s it all seemed to take off in the opposite direction. What had happened was that there was a lot of convergence in the different products on the market—they were all basically the same. Publishers were looking for something to distinguish themselves from one another, so they began to add 'features' such as usage notes and info panels, each of which was very clearly flagged. Eventually things that were not really 'features' at all started to become more visible—things like the number of different senses of one word, or a list of related words, which are really just part of the dictionary. The purpose of all of this was to gain some competitive advantage as well as improving the dictionary's usefulness... but the result was that the dictionary publishers ended up looking at each other as much as at the reader. If one introduced a second colour for headwords, which is quite expensive in a 2000-page book, next year the others would too. In a market which is by nature convergent, the various players had struck out individually, but ended up on the same track, looking the same and saying the same thing.

The result of this convergence was that the pages of dictionaries were decorated with handfuls of icons and symbols, all struggling for attention. Sometimes it was making the page look like summer rain on a hot pavement. The whole thing was getting more and more decorative, and finding your word on the page was getting harder.



A'CTUAL. *adj.* [*actuel*, Fr.]
1. That comprises action.
In this flumbry agitation, besides her walking and other *actual* performances, what, at any time, have you heard her say? *Shakspeare.*
2. Really in act; not merely potential.
Sin, there in pow'r before
Once *actual*; now in body, and to dwell
Habitual habitant. *Milton.*
3. In act; not purely in speculation.
For he that but conceives a crime in thought,

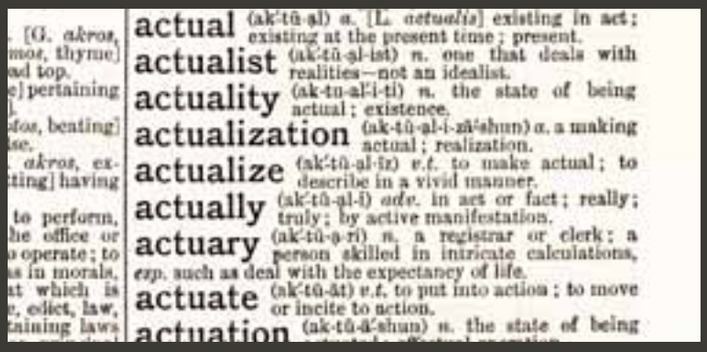
1755 SAMUEL JOHNSON, A DICTIONARY OF THE ENGLISH LANGUAGE, detail.
Headwords and entries 10pt; quotations 7 pt.
Záhlaví hesel i hesla 10 bodů, citace 7 bodů.



or *theoretical*;—existing at the present time; present. [being actual.
Actuality, (akt-ū-al'e-te) *n.* The state of
Actualization, (akt-ū-al-iz-ā'shun) *n.* A making actual or really existent.
Actualize, (akt'ū-al-iz) *v.t.* To make actual.
Actually, (akt'ū-al-le) *adv.* In act or fact; really; verily; truly.
Actualness, (akt'ū-al-nes) *n.* State or quality of being actual; actuality.
Actuary, (akt'ū-a-re) *n.* A registrar or

Adam.
Adam's-ap
of citron
the thyr
called fro
by the a
our first
Adansonia
calabash-
Adapt, (a-
ad and *a*
suitable;

1859 COLLINS HOUSEHOLD DICTIONARY, detail.
Type about 6pt; no differentiation in size between headwords and entries.
Velikost zhruba 6 bodů, jednotná velikost heslových slov i samotných hesel.



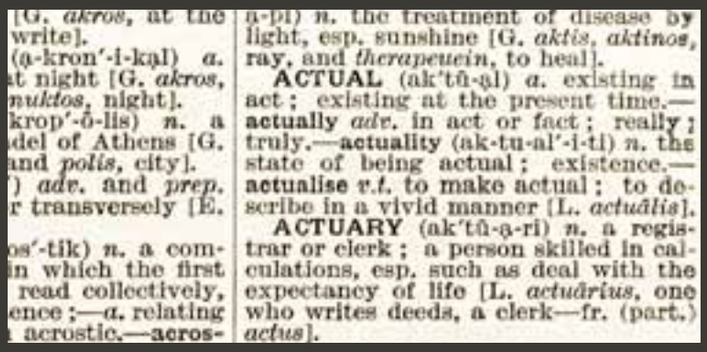
actual (ak'tū-al) *a.* [L. *actualis*] existing in act; existing at the present time; present.
actualist (ak'tū-al-ist) *n.* one that deals with realities—not an idealist.
actuality (ak-tu-al'i-ti) *n.* the state of being actual; existence.
actualization (ak-tū-al-i-zā'shun) *n.* a making actual; realization.
actualize (ak'tū-al-īz) *v.t.* to make actual; to describe in a vivid manner.
actually (ak'tū-al-i) *adv.* in act or fact; really; truly; by active manifestation.
actuary (ak'tū-a-ri) *n.* a registrar or clerk; a person skilled in intricate calculations, *esp.* such as deal with the expectancy of life.
actuate (ak'tū-āt) *v.t.* to put into action; to move or incite to action.
actuation (ak-tū-ā'shun) *n.* the state of being

1890s COLLINS GRAPHICAL DICTIONARY, detail.
Headwords about 13pt; entries about 7pt.
Heslová slova zhruba 13 bodů, text hesel zhruba 7 bodů.

pitch-blende.
Ac'tual *a.* real; existing in the present.—**actual'ity** *n.*—**ac'tually** *adv.*
Ac'tuary *n.* a registrar; one who makes calculations for insurance companies.—**actua'rial** *a.*
Ac'tuate *v.t.* to move, impel.
Acu'men *n.* sharpness of wit.
Acute' *a.* sharp; sensitive; keen, shrewd; critical.—**acute'ly** *adv.*—**acute'ness** *n.*
Syn. sagacious, subtle

Address *v.t.* to speak to; direct; dispatch; to mark a destination, as on an envelope.—*n.* skill; a speech; the direction on a letter.—**addressee'** *n.* person addressed.—**address'es** *n.pl.* courtship.
Adduce' *v.t.* to bring forward, allege.—**addu'cible** *a.*—**addue'tion** *n.*
Ad'enoids *n.pl.* small growths at the back of the nose.
Adept' *a.* skilled.—*n.* an expert.
Ad'equate *a.* sufficient

1936 COLLINS GEM ENGLISH DICTIONARY, detail.
Headwords and entries 7pt.
Heslová slova i text hesel 7 bodů.



[G. *akros*, at the
write].
(ą-kron'-i-kąl) *a.*
t night [G. *akros*,
nuktos, night].
krop'-ō-lis) *n.* a
del of Athens [G.
nd *polis*, city].
) *adv.* and *prep.*
r transversely [E.
os'-tik) *n.* a com-
in which the first
read collectively,
ence;—*a.* relating
acrostic.—**acros-**

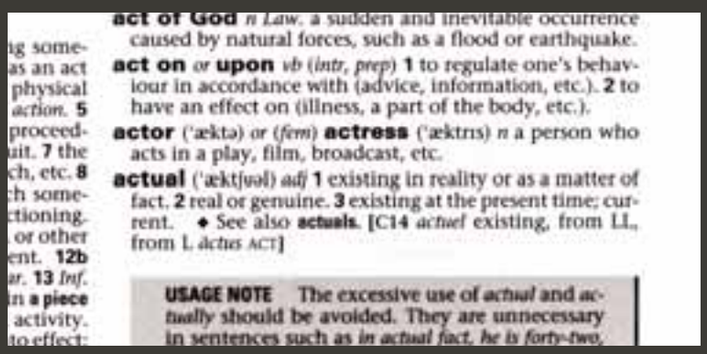
ą-pi) *n.* the treatment of disease by light, esp. sunshine [G. *aktis*, *aktinos*, ray, and *therapeuein*, to heal].
ACTUAL (ak'tū-ąl) *a.* existing in act; existing at the present time.—**actually** *adv.* in act or fact; really; truly.—**actuality** (ak-tu-al'-i-ti) *n.* the state of being actual; existence.—**actualise** *v.t.* to make actual; to describe in a vivid manner [L. *actuālis*].
ACTUARY (ak'tū-ą-ri) *n.* a registrar or clerk; a person skilled in calculations, esp. such as deal with the expectancy of life [L. *actuārius*, one who writes deeds, a clerk—fr. (part.) *actus*].

1939 COLLINS MODERN UNIVERSITY DICTIONARY, detail.
Headwords and entries about 7pt.
Heslová slova i text hesel asi 7 bodů.

come: *to call a policeman.* **3.** (*intr.*, foll. by *on*) to make a visit (to): *she im.* **4.** (often foll. by *up*) to telephone **5.** (*tr.*) to summon to a specific office, etc. **6.** (of animals or birds) to utter (a tic sound or cry). **7.** (*tr.*) to summon nimal), as by imitating its cry. **8.** (*tr.*) style: *they called the dog Rover.* **9.** gnate: *they called him a coward.* **10.** rd in a specific way: *I call it a foolish me.* **11.** (*tr.*) to attract (attention). **12.** d (a list, etc.) aloud to check for r absentees. **13.** (when *tr.*, usually foll. ive an order (for): *to call a strike.* **14.** to predict the result of tossing a coin. awaken: *I was called early this* **16.** (*tr.*) to cause to assemble. **17.** (*tr.*)

calling ('kɔ:liŋ) *n.* **1.** a follow an occupation, etc occupation, profession, or tra
calliper *or U.S.* **caliper** pl.) Also called: **callip** instrument for measuring dimensions, consisting of t together. **2.** Also called: **ca** metal splint for supporting t to measure with callipers.
calliper rule *n.* a m having two parallel jaws, on sliding.
callisthenics *or* **cali** 'θeniks) *n.* **1.** (*functioning* designed to promote g

1986 COLLINS PAPERBACK ENGLISH DICTIONARY, detail.

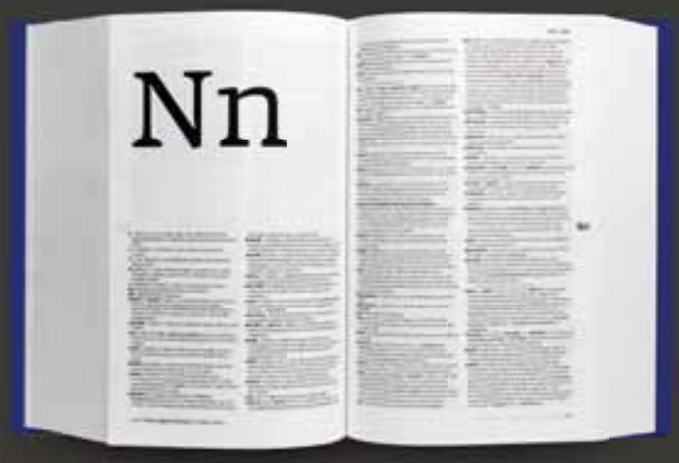


act of God *n Law.* a sudden and inevitable occurrence caused by natural forces, such as a flood or earthquake.
act on *or* **upon** *vb (intr, prep)* **1** to regulate one's behaviour in accordance with (advice, information, etc.). **2** to have an effect on (illness, a part of the body, etc.).
actor ('æktə) *or (fem)* **actress** ('æktrɪs) *n* a person who acts in a play, film, broadcast, etc.
actual ('æktjuəl) *adj* **1** existing in reality or as a matter of fact. **2** real or genuine. **3** existing at the present time; current. ◆ See also **actuals**. [C14 *actuel* existing, from LL, from L *actus* ACT]

USAGE NOTE The excessive use of *actual* and *actually* should be avoided. They are unnecessary in sentences such as *in actual fact, he is forty-two.*

2003 COLLINS CONCISE ENGLISH DICTIONARY, detail.

TYPOTEXT Nimbus Sans Novus (medium, **bold**, **heavy**) URW++ → **Fedra sans** and **Fedra serif** (www.typotheque.com)



Collins English Dictionary, Concise Edition, 2004–06.
Collins English Dictionary, příruční řada, 2004–06.
↑ **Spread showing heading letters.**
Dvojstrana se záhlavím písmen.
↗ **Spread showing info panel and usage note.**
Dvojstrana s informačními panely a poznámkami o užití.

NEW DESIGN

The first Collins title to be redesigned was the concise format, with around 2000 pages at 234×153mm. One of the guiding principles of the new design is economic: the new dictionary had to run to the same number of pages as the old, even though there was to be a fair amount of new content: internet addresses, extended new usage notes and feature articles. The text design had to be more efficient already, so adding any white space at all over the previous edition was looking like a major challenge. In fact the white space was already there, but it was trapped in places like excessive word spaces in lines of justified text, or extra space between definitions to allow for enlarged headwords. The challenge was finding a way to isolate this space and repurpose it to better effect.

✖ RANGED LEFT

The new design is ranged left, and therefore has consistent word spacing. In dictionary typography this makes sense: justified setting on a fairly narrow measure is prone to large and irregular word spaces. Ranged-left type is more even and controllable in colour; equal word spacing in itself makes texts easier to read, and the voicing is more consistent.

✖ FIXED BASELINE GRID

In almost all contemporary dictionaries the headwords are significantly larger than the entries, as well as being much bolder. These headwords demand extra leading above to avoid crashing into the descenders of the preceding entry. Since the number of entries varies from one column to the next, existing dictionaries have vertically justified the columns by adjusting the space between entries. The result is that the baselines on either side of a page are not consistent, and the effect when printed on very lightweight paper is that show-through is very noticeable, dulling the page and reducing the contrast within and between lines of type. The new design's headwords are slightly larger than the entry type, but not so much that they need extra leading. The fixed baseline grid and consistent leading mean that the lines of type back up properly recto to verso, with the effect that the interlinear space is whiter and has more contrast with the type, preserving the even colour of the text and helping the eye to distinguish between lines.

✖ MARGINS

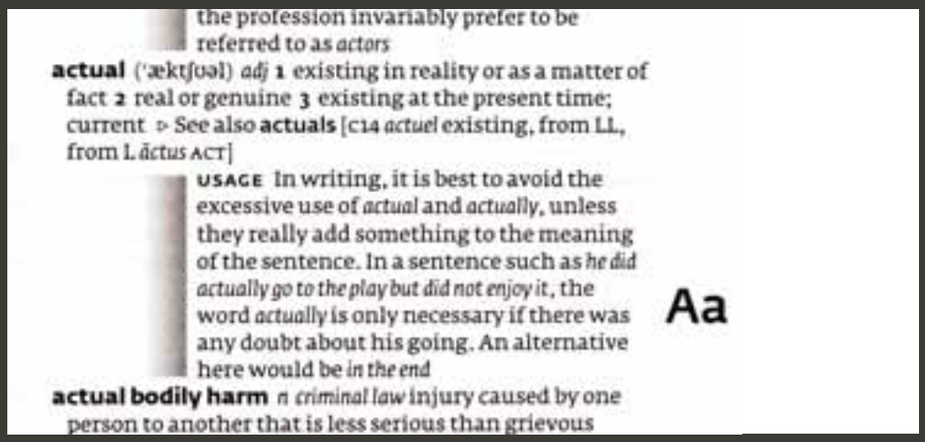
The white space gained through consistent word spacing and leading has been used to restore some proper margins to the page. Past attempts to squeeze in as many words as possible had led to the page margins being determined by the printable area and trim tolerance. This created particular difficulties in the inner margin, which in many cases was much too narrow for a book with 2000 pages and a deep curvature into the gutter. As well as climbing out of the gutter, I wanted margins with some sense of proportion to each other, that would give a feeling of positioning on the page—the classical idea that there should be a progression to these proportions, and that they depend on how the book is to be read. And in any case I wanted to use them for navigation.

✖ NAVIGATION

I wanted to make the process of using the dictionary more intuitive, in terms both of reading and navigation. The heading letters in the new design are shown in upper- and lower-case forms, in half a page of white space. I added running letters, again in both upper- and lower-case forms, in a fixed position in the outer right margin; these allow the user to mine down through the pages while the eyes remain still, like a flick-book. At the outer top of each page is the range indicator, which follows a convention that goes back to Dr Johnson's dictionary and further, in taking the first three letters of the first and last headwords on the page.

✖ TEXT DESIGN

The text design itself breaks the information visually into overlapping planes. The deepest level is the plane of the entries, which is intended to be as even in colour as possible at first sight. Hovering above this grey plane, and slightly offset to the left, is the plane of headwords: much bolder, sans serif and in this case about 8 per cent bigger than the entries. A slight outdent, the width of a lower case n, helps to locate the changing second letters of the headwords. Once the eye is at the destination word, the lower, grey plane is revealed as containing further, more subtle variations. There is a phonetic ren-


the profession invariably prefer to be referred to as *actors*

actual (ˈæktʃʊəl) *adj* **1** existing in reality or as a matter of fact **2** real or genuine **3** existing at the present time; current ▷ See also **actuals** [c14 *actuel* existing, from LL, from L *actus* ACT]

USAGE In writing, it is best to avoid the excessive use of *actual* and *actually*, unless they really add something to the meaning of the sentence. In a sentence such as *he did actually go to the play but did not enjoy it*, the word *actually* is only necessary if there was any doubt about his going. An alternative here would be *in the end*

actual bodily harm *n criminal law* injury caused by one person to another that is less serious than grievous

Aa

Collins English Dictionary, Concise Edition, 2004–06, detail.
Collins English Dictionary, edice Concise. 2004–06, detail.

MIKROTYPOGRAFIE *návrh nových slovníků nakladatelství Collins*

dition, equivalent in weight to the entry text. The parts of speech are abbreviated and expressed in italic type. If a headword has multiple meanings or senses, the sense numbers appear in the bold weight of the entry type, both accented and neutralized by extra white space around them. Plurals or related words appear in the medium weight of the sans serif headword type; etymologies in combinations of small and regular capitals, italic and roman. Simple icons indicate new parts of speech or sense, and related words.

✖ ORTHOGRAPHY

Within lexicography there is a detail area somewhere between orthography and typography, which is concerned with how certain common elements are expressed typographically. What do small capitals mean, or italics? What is the relationship between the information and the typographic language in which it is expressed? Is it a necessary relationship textually, or is it just a change of attitude? These are questions of voicing, and certainly some different voices are needed. In the end I simplified as far as possible by separating the applied and structural information from definition, which has a more narrative expression. So quotations and samples from everyday speech are expressed in italic, as is structural emphasis (parts of speech; subject areas; translations or source words in another language); small capitals are used only to indicate the century of a word's origin, and related words. Hopefully this has clarified the primary

historie

Při zkoumání možností nového layoutu slovníku mě překvapilo, jak málo se celkový koncept během posledního čtvrtstoletí změnil. Existuje samozřejmě značný „pocitový" rozdíl mezi slovníkem Samuela Johnsona z roku 1755 a současným **Collins English Dictionary**, ale základní uspořádání informací a způsob jejich zpracování zůstávají beze změny. Dva nebo tři sloupce sazby, trojpísmenná záhlaví sloupců, předsazení heslových slov, řazení hesel a citací...
Na mikrotypografické úrovni však lze objevit určité rozdíly. Sazeč Johnsonova slovníku neměl k dispozici tučný řez, aby oddělil heslové slovo od samotného hesla, a neměl ani bezpatkové řezy pro zvýraznění souvisejících slov: hierarchie byla vyjádřena pomocí verzálek, kapitálek, různých velikostí písma a kurzivy. Ačkoli počet slov zůstává víceméně stejný, v novém slovníku se projevuje u heslových slov tendence k užití minusek nebo kombinace minusek a verzálek, jež jsou dále zvýrazněny tučným a případně i bezpatkovým řezem ve velikosti o málo větší než je text hesla. Tento způsob zvýraznění nahradil původní úzus vyznačovat kombinací kapitálek, základního řezu a kurzivy v jediné velikosti a síle řezu, a detaily sázet menší velikostí písma.
Minimální velikost písma je další aspekt, který si zaslouží pozornost. Dalo by se usuzovat, že lepší brýle a kontaktní čočky budou mít za následek rozšíření menších velikostí písma, ale nedá se popřít, že mnohé historické slovníky a Bible jsou tištěné ve velikostech extrémně malých podle všech měřítek. Slovník jako **Collins Household Dictionary** (Domácí encyklopedie) z roku 1859 je poměrně náročný na čtení i na orientaci. Je vytištěn velikostí 6 bodů, písma mají jednotnou tloušťku řezu a chybí dokonce linky mezi sloupci.
Koncem 19. století se Collins se slovníkem **Graphical Dictionary** (Grafický slovník) vydal zcela jinou cestou. Relativně velká heslová slova musela být velice populární, protože tento design přetrval čtyřicet let. Zhruba touto dobou se Collins vymezil vůči konkurenci manifestem **Clear-Type Press** (přeložitelné zhruba jako Tisk jasného písma) a k tomuto cíli směřoval zejména užitím vysoce kvalitních písem a dokonale černého tisku. Slovníky řady **Collins Gem** (Malý klenot) vynikaly kapesní velikostí a nízkou cenou. Ačkoliv **Collins Modern University Dictionary** (Moderní univerzitní slovník) z roku 1939 užívá stejného písma, v layoutu mimo jiné nalezneme odsazená heslová slova vytištěná kapitálkami. To lze hodnotit jako krok zpět, srovnáváme-li to s dřívějším zvětšením všech minuskových heslových slov nebo s tučnými předsazenými heslovými slovy, která následovala v řadě Collins Gem.
Padesátá až sedmdesátá léta 20. století probíhala mezi vydavateli slovníků ve znamení nové střídmosti, ačkoliv užívané typografické prostředky nebyly pro řešení přehlednosti a snadné navigace u těchto slovníků vždy adekvátní. Hesla jako ‚call' v **Collins Paperback English Dictionary** z roku 1986 názorně demonstrují, jaké úsilí bylo nutno vynaložit k dosažení dobré čitelnosti, a jsou zároveň i ukázkou omezení vyplývajících ze zarovnání do bloku a z málo výrazné kurzivy.
Zhruba v polovině osmdesátých let náhle došlo k prudkému obratu. Místo toho, aby slovník nadále působil sám za sebe svou účelností a střídmostí, stal se jakýmsi tržištěm nejrůznějších nápadů a experimentů. Zdá se, že tento vývoj byl důsledkem snahy zvýšit zisky z prodeje. Na trhu totiž existovala řada velice podobných produktů, a vydavatelé se pokoušeli najít cokoliv, co by je na první pohled odlišilo od ostatních. Proto začali přidávat nejrůznější „bonusy", například poznámky o užití a informační tabulky, a všechny je graficky od zbytku textu oddělovat. Nakonec se mezi „bonusy" dostaly i ty informace, které ve skutečnosti žádným bonusem nebyly – například počet různých významů slova či seznam příbuzných slov, což jsou běžné součásti každého takového slovníku. Ve výsledku tak došlo k tomu, že vydavatelé slovníků se začali ohlížet po sobě navzájem, místo aby se soustředili v prvé řadě na čtenáře. Pokud jeden vydavatel začal tisknout heslová slova v druhé barvě, což je u knihy o dvou tisících stranách poměrně drahé, ostatní udělali příští rok totéž. Na trhu, který je ve své podstatě značně konvergentní, se začali jednotliví hráči snažit o individualitu. Skončili

hymn of peace restored; the woods bow their heads . . .

Louis. Talking of woods, I am apprehensive all the game has been wofully killed up in my forests.

Talleyrand. A single year will replenish them.

Louis. Meanwhile! M. Talleyrand! meanwhile!

Talleyrand. Honest and active and watchful gamekeepers, in sufficient number, must be sought; and immediately.

Louis. Alas! if the children of my nobility had been educated like the children of the English, I might have promoted some hundreds of them in this department. But their talents lie totally within the binding of their breviaries. Those of them who shoot, can shoot only with pistols; which accomplishment they acquired in England, that they might challenge any of the islanders who should happen to look with surprise or displeasure in their faces, expecting to be noticed by them in Paris for the little hospitalities the proud young gentlemen, and their prouder fathers, were permitted to offer them in London and at their country seats. What we call *reconnaissance*, they call *gratitude*, treating a recollector like a debtor. This is a want of courtesy, a defect in civilization, which it behoves us to supply. Our memories are as tenacious as theirs, and rather more eclectic.

Since my return to my kingdom I have undergone great indignities from this unreflecting people. One Canova, a sculptor at Rome, visited Paris in the name of the Pope, and in quality of his envoy, and insisted on the cession of those statues and pictures which were brought into France by the French armies. He began to remove them out of the Gallery; I told him I would never give my consent: he replied, he thought it sufficient that he had Wellington's.

258

→ **Giovanni Mardersteig, Fontana type designed for Collins, 1936. Extract from W. Landor: Imaginary Conversations, printed 1936 at Officina Bodoni, Verona, by Mardersteig.**
Giovanni Mardersteig, písmo Fontana navržené pro Collins, 1936. Úryvek z W. Landora: Imaginary Conversations, vydáno v roce 1936 v tiskárně Officina Bodoni ve Veroně samotným Mardersteigem.

↓ **Eric Gill, Fountain device designed for Collins, 1936.**
Eric Gill, logo s fontánou navržené pro Collins v roce 1936.

COLLINS
LONDON AND GLASGOW

voice of the entries themselves, by stripping away some of the chorus.

✖ PUNCTUATION

However, all this does not mean so much if the text is still choked with punctuation and icons. Because the dictionary is trying to express so many different kinds of information within a standardized form, existing texts had accumulated punctuation as part of their classification systems—very good for keeping each element in its box across the whole dictionary, but quite an obstruction if you are just browsing one word, as well as scattering the page not just with tiny signs but also with the space above and below them. The editors and I decided to strip the text of all punctuation and reinstate only what was absolutely necessary. After that process we dropped, for example, the full point after part of speech abbreviations: its identity already having been underlined by the use of italic, by its abbreviation and by recurrence, there's no need for a full point after n or vb. Likewise full points after abbreviations in definitions and etymologies. Abbreviated informative elements such as 'Pop' for 'population' do not need a full point followed by a colon—the colon is enough in itself. Indicators like the word 'history' at the beginning of etymologies are superfluous if the fact that we have arrived at the etymology is indicated in some other more economical way, in this case brackets.

✖ ICONS

Removing some of the punctuation and clarifying the voicing typographically helped to give a more narrative, approachable tone to the entries. But there was still a thicket of icons to get through. By 'icon' I mean a graphic element belong-

ing to the language of this particular dictionary or publisher. There are good reasons for the visual interference some of these icons offer—for example, to indicate a sense change for one word with multiple definitions. But it's not necessary to see this from outside the entry: a sense change belongs to the word and not to the page. Many of these icons have in the past been standard lozenges, stars or squares. Going back further, a very elegant French dictionary from around 1750 made liberal use of printer's fists to indicate examples of words in use; use of conventional ornamental sorts was quite common—daggers, asterisks and so on. We reduced these down to a few very simple indicators—a right-pointing triangle in solid and outline, and an open arrow, which is the same triangle with one edge removed. The advantage of these icons is that they melt into the grey of the text until the reader is actively within it: they reveal themselves when they have something to say.

Probably the most useful of the icons is the one that signifies a note on usage. The existing standard form for these usage notes was a grey box with various permutations of keyline and heading, and text on top. These boxes drew attention to themselves in such a way that things around them tended to suffer. Things on the verso suffered too, because the boxes were often visible through the paper.

Usage notes give a picture of how language is changing: they are dealing specifically with words whose meaning is in flux. So they need to be set apart, somehow, from the rest of the text, yet without overwhelming surrounding innocent words. I looked at the amount of space taken up by the indents within the conventional grey boxes, and the boxes themselves within columns, and repurposed it into a single vertical statement of almost nothing: just a large indent and a fade into the note, which is simply set in the same type and on the same grid as the entry itself. The effect is that the voicing of the usage note is the same as the entry, but it is still clearly visible. There's minimal impact on the verso, and the fade enlivens the page and implies movement and change.

Looking at the page design through half-closed eyes, the effect of the changes becomes evident. Comparing the design to the previous Collins title, the new design shows an increase in evenness of tone in the entries, and relatively less tonal interference. The usage note has become both integrated and separate at the same time. And the absence of the 'icicles' of white space, caused by a combination of justification and short lines, gives the page a smoother and calmer image.

všichni na stejné lodi: jejich slovníky vypadaly stejně a říkaly totéž.

Důsledkem tohoto vývoje byl stav, kdy stránky slovníků překypovaly nejrůznějšími křiklavými znaky a symboly, jež zastiňovaly vlastní text. Některé stránky tak připomínají letní deštík dopadající na rozpálený chodník, jiné zase vyvolávají představu vojenského maskování. Všechno bylo čím dál nazdobenější a hledání žádaného výrazu na stránce bylo těžší a těžší. Takto situace vypadala v roce 2004, kdy se vydavatelství Collins rozhodlo ke změně designu svých slovníků v rámci celkového redesignu identity nakladatelství.

design

Jedním z hlavních principů nového designu je snaha o ekonomičnost. Nový slovník nesmí rozsahem přesáhnout ten starý, ačkoliv jeho obsah je obvykle rozsáhlejší. Každý nový čtvereční milimetr bílého místa musel být proto vyvážen mnohem úspornějším textem. Tento „nový" prostor byl vlastně dávno přítomen, jen byl uvězněný například v příliš velkém prokladu písma při zarovnání do bloku nebo ve zbytečně velkém prostoru mezi definicemi, který byl nutný pro zvětšená heslová slova.

Nový layout užívá zarovnání na levý praporek, má tedy jednotné mezislovní mezery. To má u slovníku zvláštní význam – vzhledem k relativně úzkým sloupcům a krátkým heslům (často sestávají pouze z několika slov) hrozí při sazbě do bloku nebezpečí velkých a nepravidelných mezislovních mezer. Zarovnání na praporek dává mnohem vyrovnanější výsledky v zabarvení sazby, pevné mezislovní mezery navíc usnadňují čitelnost textu, přispívají k plynulejšímu čtení.

Téměř u všech současných slovníků se setkáváme s heslovými slovy, která velikostí i duktem výrazně přesahují samotný text hesla. Takto velká heslová slova si nad sebou vynucují větší řádkový proklad, aby nedošlo k jejich překrytí s dolními dotažnicemi předcházejícího textu. Protože počet hesel v jednom sloupci je variabilní, dosavadní slovníky vertikálně zarovnávaly text úpravou prokladu mezi hesly.

Heslová slova zůstávají i v novém layoutu nepatrně větší než text hesla, ale ne natolik, aby nad nimi byl zvětšený proklad zapotřebí. Pevná mřížka účaří a pravidelný proklad tak zajišťují, že jsou řádky při pohledu proti světlu dokonale zarovnány. Prostor mezi nimi je pak světlejší a kontrastnější, zabarvení sazby vyrovnanější a oko čtenáře klouže po řádcích s větší jistotou.

Prostor, který jsem získal díky pravidelnému řádkovému a mezislovnímu prokladu, jsem využil k obnovení správných okrajů. Dřívější snaha vměstnat na stránku co nejvíce slov vedla k tomu, že prostor na okraji stran byl určován převážně tím, jak velkou plochu strany bylo technicky možné potisknout, aby byl ještě zachován nutný prostor pro ořez. To vyústilo ve značné obtíže, zejména na vnitřním okraji strany, který byl v mnoha případech příliš úzký, protože se nepočítalo s tím, že kniha o dvou tisících stranách bude mít ve hřbetu hluboký zářez. Jednak jsem chtěl zabránit tomuto zasahování textu do hřbetu knihy, ale navíc jsem chtěl dosáhnout toho, aby strana působila dojmem cíleně navrženého, vyváženého prostoru. Inspiroval jsem se samozřejmě klasickou myšlenkou, že existuje jasná posloupnost možných proporcí stránky, a že tyto proporce by měly být ovlivněny zamýšleným účelem knihy. V každém případě jsem chtěl okrajů využít pro účely navigace v textu. Chtěl jsem, aby bylo užívání slovníku intuitivnější díky lepší čitelnosti a navigaci. Písmena v záhlaví kapitol jsou vysázena verzálkou i minuskou a zabírají prostor celé poloviny strany. Navíc jsem pravý vnější okraj stránek opatřil pevně ukotvenými plovoucími písmeny, opět minuskou i verzálkou. To umožňuje čtenáři rychle listovat slovníkem, aniž by musel odvrátit pohled od jediného bodu na okraji strany. Zcela nahoře v horním rohu každé stránky je umístěn navigační prvek, jehož původ se datuje do doby ještě před vydáním Johnsonova slovníku. Tvoří ho první tři písmena prvního a posledního heslového slova každé strany.

Slovník je navržen tak, aby informace byly vždy vizuálně odděleny do různých vzájemně se překrývajících úrovní. Nejhlubší je rovina heslového textu, která má mít na první pohled maximálně vyrovnané zabarvení sazby. Nad šedou plochu doleva zlehka vystupuje úroveň heslových slov: jsou tučnější, bezpatková, asi o osm procent větší než text hesel. Lehké předsazení (na šířku jediného půlčtverčíku) napomáhá snadnějšímu sledování měnících se druhých písmen každého heslového slova. Jakmile oko zachytí hledané slovo, v šedé ploše najednou vyvstanou dosud neviditelné drobné nuance. Nechybí ani fonetická transkripce slova, sázená ve stejném duktu jako text hesla. Slovní druhy jsou uvedeny ve zkratce a kurzivou. Pokud má heslové slovo více významů, pořadové číslo každého významu slova je sázeno tučně písmem textu hesla. Větší prázdný prostor okolo je jednak zvýrazňuje, ale zároveň i zjemňuje. Plurál a příbuzná slova jsou sázena polotučným řezem bezpatkového písma heslových slov, etymologie užívá kombinaci kapitálek a verzálek, kurzivy a základního řezu. Jednoduché značky poukazují na nový význam či slovní druh a na příbuzná slova.

V rámci lexikografie existuje jedna specializovaná oblast na pomezí pravopisu a typografie. Zabývá se tím, jak se jisté obecné kategorie dají vyjádřit typografickými prostředky. Co znamenají kapitálky či kurziva? Jaký je vztah mezi informací a jejím typografickým ztvárněním? Existuje zde nutný textuální vztah, nebo se způsob vyjádření dá libovolně měnit podle momentální konvence? Jde o vyjadřovací mód, hlas, a jistě neuškodí, budeme-li naslouchat celému sboru hlasů najednou. Nakonec jsem se pokusil celý systém maximálně zjednodušit oddělením užitných a strukturních informací od samotné definice, která je ve své povaze narativnější. Citace a příklady každodenního užití jsou tak sázeny kurzivou společně se strukturními informacemi (slovní druh; oblast užití; překlad zdrojového slova do jiných jazyků). Kapitálky jsou užity výhradně pro vyznačení období vzniku slova a souvisejících slov. Tento systém snad pomohl vyniknout základnímu hlasu samotných hesel tím, že umlčel některé vedlejší členy celého sboru.

To všechno ale bohužel nestačí, pokud je text i nadále spoután nadmírou interpunkce a dalších značek. Protože slovník se snaží v rámci standardizované formy vyjádřit obrovskou škálu různorodých informací, směřoval dosavadní vývoj k užívání interpunkčních znamének jako součásti klasifikačního systému slovníku. To je užitečné pro jasné vymezení každé jednotky v rámci celého slovníku, ale pokud čtenář pátrá po jediném slovu, tyto značky jsou spíš překážkou. Navíc je stránka poseta nejen samotnými drobnými znaky, ale zároveň i bílými místy nad nimi a pod nimi. Společně s editory jsem se rozhodl, že z textu odstraníme veškerou interpunkci krom té, která je zcela nezbytná. Vzdali jsme se například tečky za zkratkami slovních druhů (n – noun, podstatné jméno nebo vb – verb, sloveso), které jsou beztak identifikovatelné užitím kurzivy a hlavně charakterističností a opakovaností této zkratky. Podobně tomu bylo i s tečkami po zkratkách v definicích a v etymologických výkladech. Dokonce ani tečky na konci textu hesla nejsou nezbytné, protože nejasnost může vzniknout pouze tehdy, pokud text hesla obsahuje celou větu, která musí být ukončena tečkou. I v těchto případech jsme ale shledali, že vynecháme-li tečku na konci poslední věty, smysl tím narušen není. Zkratky informačního charakteru (např. ‚Pop' pro ‚populace') nevyžadují nutně tečku následovanou dvojtečkou; samotná dvojtečka je plně

CollinsFedraSerifA-Book

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
(1234567890) [1234567890]

CollinsFedraSans-Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890^{123456}

remains; from this a 'positive' is made, and this is the 'pattern': it is usually about four or five inches high. The pattern is then placed in the *punch-cutting machine. This works on the same*

pantographic principle. The operator in charge of it traces round the pattern with the pencil end of the machine, and the cutting end cuts
THE PUNCH TO WHATEVER SIZE IS REQUIRED – LARGE

or small from the same pattern. The cutter is designed to cut the punch with a suitable bevel, more or less as the hand cutter would do it. If a slight ***alteration is required in the punch after it comes out***

↑ **Types of the new Collins image: Fedra by Peter Biľak.**
Písma nové identity společnosti Collins: Fedra od Petera Biľaka.

CollinsFedraSerifA-Book vs. FedraSerifA-Book

large x-height, very short descenders;
shared basic form shared basic form sans;
distinct italic; familiar word images.
Tighter word spacing (72%) than
Tighter word spacing (72%) than the Fedra fonts
customised and new icons: ▷ ▶ >
redrawn characters: + × ÷ + × ÷
fi fl ff = no ligatures fi fl ff separate, or fi fl ff ligatures
punctuation kerning: h, j; k.
punctuation kerning: h, j; k.

↑ **CollinsFedra, details of customisations to existing Fedra Serif.**
CollinsFedra, detaily úprav stávající Fedry Serif.

FedraSans-Bold vs. FedraSansAlt-Bold

distinctive characters retained except f
replaced by f from Alt set

WgRifk
WgRifk

FedraSerifA-Medium vs. FedraSerifB-Medium

changing stems & contrast
changing stems & contrast
fm fm

MICROTYPOGRAPHY

In the area of the typography, or to be more precise the microtypography—the details of how the signs and spaces relate—there was a chance to create something new. Collins didn't have a preset look or type; dictionaries were approached more on a case by case basis. So to be able to create a typographic environment specifically for this situation full of minute details, which is all about legibility and function and giving something to the reader, was a big opportunity.
Like bible and newspaper typography, type for dictionaries is a very specific area with its own formal and detail requirements. It has to be exceptionally clear at small sizes with minimal leading. It must be efficient in terms of characters per line without sacrificing word distinction or appearing too condensed. There must be enough distinction between weights to bring headwords clear of their entries. The colour should not be too black because of show-through. The letterforms must survive web printing on very light paper. The type family must have many members to support various levels of information.
To these general needs I added some further specific requirements: the family would ideally have Cyrillic and Greek variants and a full set of accented characters. There should be sans and serif variants on

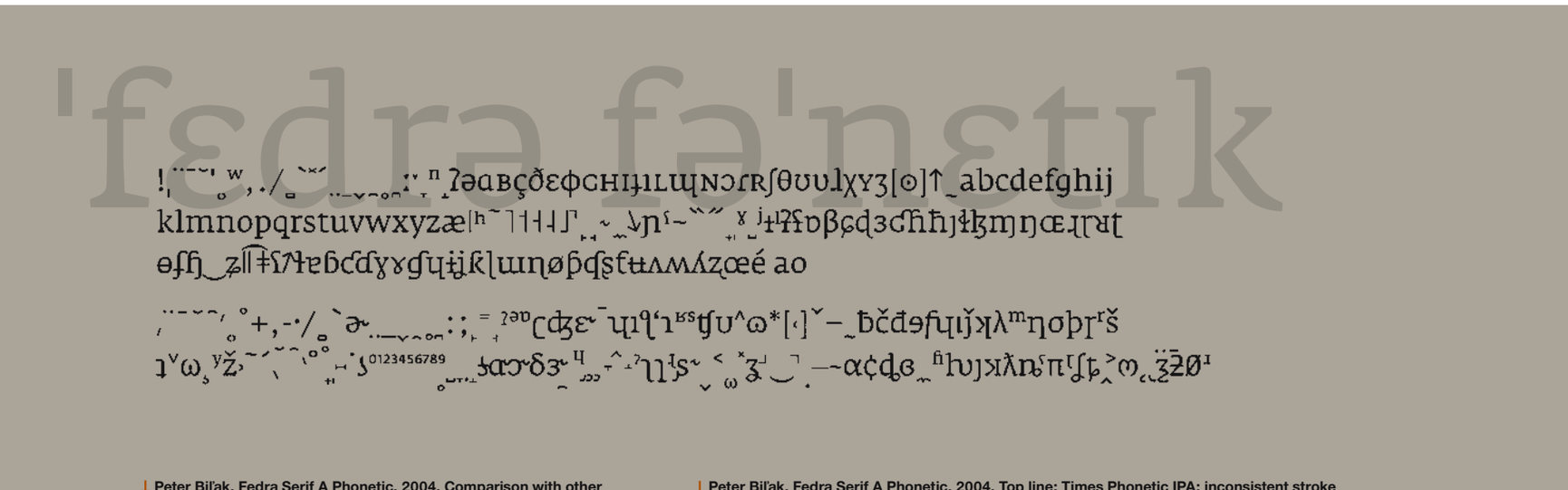
↓ **Types of the new Collins image: FF Nexus by Martin Majoor and OT Fresco by Fred Smeijers.**
Písma nové identity společnosti Collins: FF Nexus od Martina Majoora a OT Fresco navržené Fredem Smeijersem.

Nexus Sans Regular	Punch-cutti
Nexus Sans Italic	*ngbymachin*
Nexus Serif Regular	einvolvessu
Nexus Serif Italic	*bstantiallyth*
Nexus Mix Regular	efollowingp
Nexus Mix Italic	*rocedurethed*
Fresco Sans Normal	esigneracco
Fresco Sans Normal Italic	*rdingtohisex*
Fresco Serif Normal	perienceand
Fresco Serif Normal Italic	*skilldrawsth*
Fresco Sans Informal Bold	**eletterstob**
Fresco Sans Informal Bold Italic	***ecuttoanen***

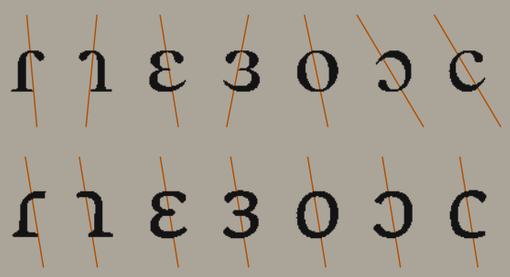
dostačující. Indikátory jako slovo ‚historie' na začátku etymologického výkladu jsou zbytečné, pokud je skutečnpst, že se jedná o etymologii, indikována jiným, ekonomičtějším způsobem (v tomto případě závorkami).
Odstranění části interpunkce a pročištění typografického jazyka dodalo slovníku narativnější, přístupnější tón. Přesto stále zbývala změť značek, kterými se bylo nutné prodrat.
Značkou rozumíme grafický element specifický pro jazyk konkrétního slovníku nebo vydavatele. Existuje dobré opodstatnění pro to, co některé tyto značky vizuálně nabízejí – například mohou upozorňovat na změnu smyslu u jednoho slova s více významy. Není ale nezbytné tuto informaci zachytit z vnějšku daného hesla: změna smyslu je otázkou jediného slova a nikoli celé stránky. Mnohé tyto značky měly dříve tradiční tvar, užíval se například kosočtverec, hvězda či čtverec. Když se vydáme do minulosti, zjistíme, že velmi elegantní francouzský slovník vydaný okolo roku 1750 bohatě využíval tiskařských značek pro označení užívaných slov. Také běžné dekorativní znaky jako křížky a hvězdičky byly populární a často užívané. Bohaté, ilustrativní moderní značky (například klasický oblouk pro označení historie či monitor a klávesnice indikující internetovou adresu) jsou ale mírně řečeno zbytečné. Poradil jsem si i bez nich, a ostatní značky jsem zjednodušil na nejvyšší možnou míru – obrys trojúhelníkové šipky směřující doprava, a otevřená šipka, která vznikla odstraněním boční strany téhož trojúhelníku. Internetové odkazy jsou v edici Desktop vyjádřené jako navazující menu a jsou označené totožným obrysem trojúhelníku, jen lehce odsazeným.
Výhoda těchto ikon tkví v prvé řadě v tom, že jsou v šedé ploše stránky dokonale skryty až do okamžiku, než se k nim čtenář sám aktivně dostane: objeví se přesně v tu chvíli, kdy mají co říci.
Pravděpodobně nejužitečnější jsou značky, které indikují možné použití slova. Dosavadní standard pro poznámky o užití byl obdélník v různých odstínech šedi kombinovaný s určitým prvkem záhlaví a naplněný textem. Tyto šedé obdélníky k sobě nadměrně přitahují pozornost a tak poškozují informace ve svém bezprostředním okolí. Navíc trpí i text na rubové stránce, protože šedá často prosvítá skrze papír.
V jistém smyslu je správné, aby tyto poznámky o užití byly nějakým způsobem zvýrazněny, protože se zabývají výhradně slovy, jejichž význam je pohyblivý. Poznámky o užití poskytují obraz o změnách jazyka i o jeho momentálním stavu. Proto potřebují být z ostatního textu nějak vyčleněny, nesmí ale zároveň zastiňovat okolí. Prozkoumal jsem, kolik místa zabírají zarážky uvnitř běžných šedých obdélníků a jaký prostor pokrývají samotné šedé obdélníky v rámci sloupců. Pak jsem vše jednoduše přestavěl – poznámky o užití mají velkou zarážku a vlevo svislý stínovaný pruh, a text poznámky je vysázen stejným písmem a na stejném účaří jako běžné heslo. Ve výsledku tak poznámka o užití promlouvá stejným hlasem jako text běžného hesla, a přitom je jasně viditelná. Na rubové straně se navíc nijak neprojeví negativní vliv původních šedých obdélníků, a postupně slábnoucí stín po levé straně celou stránku vizuálně oživuje a vyvolává dojem pohybu a změny – téma, které je patrné i na přední obálce těchto slovníků.
Když se na stránku podíváme přimhouřenýma očima, důsledek změn je jasně patrný. Srovnáme-li nový layout s předchozím, vykazuje vyrovnanější zabarvení sazby v textu hesel a eliminuje rušivé vlivy. Poznámky o užití jsou zároveň integrovány i odděleny. Oproti slovníku z Oxfordu se opět méně výrazně projevují rušivé vlivy, chybí extrémní bílé „řeky" (zapříčiněné kombinací úzkých sloupců a zarovnání do bloku), celá stránka působí hladším a klidnějším dojmem.

mikrotypografie

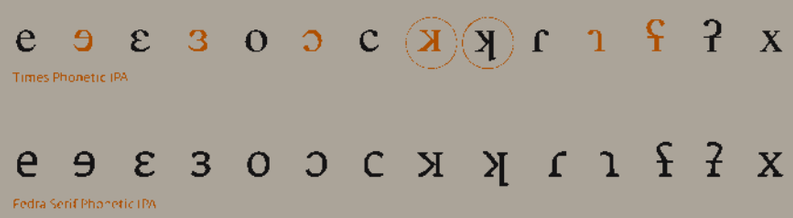
Při návrhu nového slovníku jsme měli možnost typograficky či lépe řečeno mikrotypograficky, tedy na úrovni detailních vztahů mezi znaky a prostorem, vytvořit něco nového. Collins neměl žádný předem daný layout ani písmo; slovníky byly řešeny podle momentální situace a potřeby, i když existovalo jisté směřování k písmové rodině Stone. Proto byl nový slovník velkou příležitostí vytvořit cosi nového, jakési nové typografické prostředí ušité na míru konkrétní situaci, se všemi detaily, s důrazem na čitelnost a funkčnost a hlavně na přínos pro čtenáře.
Podobně jako u písem pro tisk Biblí a pro novinová písma platí i pro slovníková písma, že jde o vysoce specializovanou oblast s přesnými formálními a detailními požadavky na písmo kladenými: Musí být i v nejmenších velikostech a při malém prokladu výborně čitelné a zřetelné. Musí být úsporné co do počtu znaků na řádek, aniž by obětovalo dostatečné mezislovní mezery či vypadalo příliš zhuštěně. Mezi jednotlivými řezy musí být dostatečný rozdíl, aby byla heslová slova jasně oddělena od textu hesel. Sazba nesmí být příliš tmavá, aby písmo neprosvítalo skrz papír. Písmena musí obstát při strojovém tisku na velmi tenký papír. A písmová rodina musí být dostatečně rozsáhlá, aby dokázala pokrýt potřeby všech informačních vrstev slovníku.
K těmto obecným požadavkům jsem přidal ještě některé další: Písmová rodina by měla zahrnout i sadu azbuky a řecké alfabety a plnou sadu diakritických znamének. Měla by existovat patková i bezpatková varianta postavená na jediném základu. V písmové rodině nesmí chybět kapitálky ani tabulkové a skákavé číslice ve všech duktech. Kurziva musí dokonale doplňovat základní řez, ale zároveň musí být dostatečně výrazná a dobře čitelná i v textu. Neškodila by ani její příbuzná varianta, která by byla vhodná i pro čtení v delších pasážích (například v úvodu či přílohách). Brzy bude nutné vytvořit i OpenType variantu písma. A na rovině estetické jsem hledal písmo, které bude vyzařovat otevřenost a čistotu a bude dodržovat tradiční tvary jednotlivých znaků i celých slov.
Při procházce po historii tiskárny Collins zjistíme, že v roce 1929 Monotype navrhl pro Collins písmo určené k tisku Bible, které bylo úspěšně užíváno i ve slovnících. Tou dobou se tiskárně Collins dařilo jak typograficky, tak i celkově po designové stránce – v roce 1936 vyrobil Giovanni Mardersteig své písmo Fontana výhradně pro Collins a v témže roce navrhl Eric Gill pro společnost logo Fountain.
Zářným příkladem současného slovníkového písma je Lexicon. Mám ho velice rád, protože mi díky mnoha řezům a proměnlivé délce dříků dává potřebnou volnost. Chtěl jsem ale pracovat s něčím novým, mimo jiné díky novému uměleckému směřování společnosti, které bylo zahájeno v září 2004. Jedním z klíčů nové koncepce je sjednocení typografie napříč celou společností. Hlavní písmovou rodinou se stal Nexus of Martina Majoora, doplněný rodinami Fresco a Sansa od Freda Smeijerse.
Neměl jsem čas objednat pro slovníky úplně novou písmovou rodinu, tak jsem udělal několik testů s rodinou Fedra od Petera Bil'aka. Okamžitě mi bylo jasné, že má přesně ty vlastnosti, které hledám. Navíc jsem Fedru používal už při jiných projektech a věděl jsem, že Petr je zaujatý čtením a prací s detaily, a proto bude možné s ním navrhnout úpravy, které jsme potřebovali. Na těchto detailech jsme začali velice úzce spolupracovat a během krátké doby Peter vytvořil rozsáhlou rodinu Collins Fedra. Zahrnuje patkové i bezpatkové řezy písma postavené na stejném základu, písmu Fedra (jež obsahuje i sady azbuky a řecké alfabety). Základní forma písma má poměrně značnou minuskovou výšku, krátké horní i dolní dotažnice a velmi otevřené formy. Peter jej charakterizuje jako „syntetické písmo, ve kterém se snoubí



Peter Biľak, Fedra Serif A Phonetic, 2004. Comparison with other phonetic types showing rotated and reflected glyphs.
Peter Biľak, Fedra Serif A Phonetic, 2004. Srovnání s dalšími znaky fonetických abeced, ukázky přetočených a zrcadlově obrácených znaků.



Peter Biľak, Fedra Serif A Phonetic, 2004. Top line: Times Phonetic IPA; inconsistent stroke direction due to rotation and reflection. Bottom line: same corrected in Fedra.
Peter Biľak, Fedra Serif A Phonetic, 2004. Horní řádek: Times Phonetic IPA; nesoustavný směr tahů způsobený natočením a obrácením znaků. Spodní řádek: stejné znaky po korekci v písmu Fedra



the same skeleton. There must be full sets of small capitals, and tabular and non-lining figures in all weights. The italic must be complementary to the roman, but distinct and readable in continuous text. A related version that is comfortable for reading in longer passages of text, such as intros and supplements, would be good. And on an aesthetic level I was looking for a type that has a sense of openness and clarity, while using familiar letterforms and word images.
Looking back into Collins history, Monotype cut a bible type for Collins in 1929, which was also used successfully in dictionaries. That was a good time for Collins typographically and in design—in 1936 Giovanni Mardersteig cut his Fontana specifically for Collins, the same year as Eric Gill created his Fountain logo for the company.

CHOOSING A NEW TYPE

The shining example of dictionary type today is Lexicon. I like it very much and it is very flexible, with all its weights and varying stem lengths. But I wanted to work with something new as part of a new art direction at Collins, which was launched at the end of 2004. One of the key elements in the new art direction is a unified approach to typography across the entire company: the principal type is the FF Nexus family designed by Martin Majoor, along with OT Fresco by Fred Smeijers.
I made some samples with Peter Biľak's Fedra and realised immediately that this family had the qualities I was looking for. Plus I knew from Peter's engagement with reading and detail that it would be possible to achieve the customisations that we needed.
Fedra is a big, constantly evolving family with serif and sans serif variants and a good range of weights. The basic form has a relatively large x-height and short ascenders and descenders, with a large, open eye. Peter has said that it is 'a synthetic typeface in which aesthetic and technological decisions are linked. The typeface combines seemingly contradictory ways of constructing letters to produce one harmonious result ... (its) humanistic roots are balanced with the method of drawing imposed by a coarse computer-screen grid'. The relationship of the sans to the serif is compared to that between Gill Sans and Joanna—a similar overall formal language adjusted to the specific parameters of sans and serif type.
The original Fedra Serif has two versions: version A has the proportions of Fedra Sans, while version B has longer stems and more stroke contrast. The original version of Fedra Sans has a number of distinctive characters which were then 'normalized' in a later Alt version. For the dictionaries I have used version A of the serif, along with a hybrid of the two sans serif versions in which only the more extremely distinctive characters such as the lower case f have been replaced by the Alt versions.
We needed to make many other customisations for the dictionary situation. Perhaps most important was to close up the word spacing. This helped to maintain economy and compensate for the fact that the letterforms are not in any way condensed—if anything, the word images have a slightly horizontal emphasis, which helps the flow of the text as well as keeping a calm, measured voice. Kerning before and after punctuation was similarly tightened. In longer passages of continuous text such as the introduction, the word spacing has been opened out again slightly, but in the context of a dictionary entry which is on average only a few lines long, the tight spacing does not have a negative effect, and it helps to preserve the uniformity of text colour demanded by the design.
Many individual characters needed attention too. Ligatures are practically impossible in dictionaries owing to the form in which the data is held (although this is changing with the contextual possibilities of OpenType), so the kerning of the lower case f in both forms was adjusted to accommodate the usual ligature situations.

Certain symbols such as multiplication and division signs were enlarged from the original Fedra character sets. Superscript figures were redrawn larger and more open. Stress marks were designed to hint at inflection. And some new symbols were created: the open and solid triangles were redesigned to fit the x-height, and the triangular arrow was added. On top of which, special Xtra fonts were created for each weight, containing diacritics and accented characters for a wide range of languages.

The end result is a strong-looking type which is legible and concise, and can be set with tight interlinear spacing without losing its horizontal sense. It is friendly and vibrant—it still has a lot of character even at very small sizes, yet also seems somehow familiar.

I also asked Peter to create a phonetic version of Fedra, which has brought some very interesting results. It turned out that existing typographic realisations of the International Phonetic Alphabet were composed of combinations of borrowed, rotated and reflected characters as well as regular glyphs from the character set. The result of this is that the stroke direction and weight distribution of some of the characters is not consistent with the rest of the character set, which in turn leads to a loss of legibility.

Peter's research indicates that the mirroring and rotating of characters was more or less concurrent with the development of photocomposition or early digital technology. Certainly Fedra Serif A Phonetic is a step forward in terms of readability; it also had an extra, hidden, benefit in terms of the dictionary design, in that its colour is equal to the overall colour of the entries themselves, helping to preserve one of the key elements of the design.

One of the key principles of Collins dictionaries is that they reflect the language we are speaking now. The meanings and usage of words are cross-referenced through a 2.5 billion-word corpus which is fed 35 million words a month by publications, broadcasts and websites from around the world. Although at the end of the redesign process the result is basically the same—x thousand pages, each with two or three columns of closely-set type—I hope that the microtypographic and general design decisions have contributed to making this dictionary accessible, intuitive and rewarding to use. ✖

požadavky estetického i technického řešení. Písmo propojuje zdánlivě protichůdné konstrukční postupy ve výsledný harmonický celek. Jeho humanistické kořeny jsou v rovnováze s kresebnou metodou, vynucenou hrubým prostředím počítačové obrazovky". Vztah bezpatkového a patkového řezu je přirovnáván ke vztahu písem Gill Sans a Joanna – zde došlo k podobnému přizpůsobení obecného formálního jazyka konkrétním parametrům bezpatkového a patkového písma.

Původní Fedra Serif měla dvě varianty: varianta A měla proporce Fedry Sans, varianta B se lišila delšími dříky a kontrastnějšími tahy. Původní varianta písma obsahovala také množství unikátních znaků, které byly ‚normalizovány' pro pozdější Alt verzi. Collins Fedra je postavena na verzi A patkového řezu a na hybridní kombinaci obou bezpatkových řezů. Pouze velmi výrazné znaky, jako například minuskové f, byly nahrazeny variantami z verze Alt.

Potřebovali jsme samozřejmě písmo upravit, aby odpovídalo potřebám užití ve slovníku. Nejdůležitější změnou byla zřejmě redukce mezislovních mezer na 72 procent původní hodnoty (kurziva byla zredukována o něco méně). To napomohlo ekonomičnosti písma a navíc kompenzovalo fakt, že samotné znaky nebyly nijak zúženy. Nanejvýš byla podoba slov lehce horizontálně zvýrazněna, což napomáhá plynutí textu a navíc mu dodává klidný a uměřený výraz. Zúžen byl i kerning okolo interpunkčních znamének. V delších pasážích textu, například v úvodu, jsme mezery mezi slovy opět lehce zvětšili, ale v celkovém kontextu slovníku nemají malé mezislovní mezery negativní vliv.

Dále bylo třeba přepracovat řadu jednotlivých znaků. Ve slovníku jsou ligatury téměř vyloučené vzhledem k formě, v jaké jsou data uchovávána (ačkoliv to by se mělo změnit využitím kontextuálních možností formátu OpenType), takže byl kerning minuskového f upraven v patkové i bezpatkové verzi tak, aby vyhovoval potřebám všech běžných situací, ve kterých jsou jinak užity ligatury. Některé znaky, například znak násobku či dělítko, byly oproti původní znakové sadě písma Fedra lehce zvětšeny. Horní index byl překreslen, znaky se lehce zvětšily a otevřely. Značky pro přízvuk byly překresleny, aby je bylo možno použít jako indikátor flexe. A nakonec přibylo i několik nových symbolů: obrysové i plné trojúhelníky byly překresleny tak, aby odpovídaly minuskové výšce, přibyla nová trojúhelníková šipka. Navíc byly pro každý řez doplněny i speciální fonty, které obsahují diakritická a interpunkční znaménka široké škály jazyků.

Připravuje se i OpenType verze písma Collins Fedra.

Co se týče designu i typografie, pak platí, že čím dříve bude existovat jediná konzistentní cesta od správy lexikografických podkladů až k vysázenému slovníku, tím lépe. Slovníky jsou dodnes sázeny na různých platformách různými společnostmi, a každá z nich zachází s daty odlišným způsobem. Některé společnosti užívají vlastní software, jiné pracují s Venturou nebo FrameMakerem... Současný způsob práce má k hladké, přímé cestě ještě daleko.

Konečným výsledkem práce na písmu Collins Fedra je výrazné, čitelné a kompaktní písmo, které může být sázeno s malým mezislovním prokladem, aniž by to narušilo jeho horizontální výraz. Je přátelské a dynamické – i v nejmenších velikostech mu zůstává specifický charakter, a přitom působí důvěrným, známým dojmem.

Požádal jsem Petera, aby vytvořil pro Fedru i variantu mezinárodní fonetické transkripce IPA, a to přineslo velice zajímavé výsledky. Ukázalo se, že dosavadní typografická zpracování tohoto systému znaků sestávala ze směsi vypůjčených, přetočených a zrcadlově převrácených znaků, kombinovaných s běžnými latinkovými znaky. Kvůli tomu není směřování ani síla tahů některých znaků konzistentní se zbytkem znakové sady, což má zase za následek ztrátu čitelnosti. Teprve když jsem viděl první ukázky sady Fedra Serif A Phonetic, uvědomil jsem si, o jak obrovský rozdíl se v praxi jedná. Kde jsem dříve se značným úsilím luštil jeden znak po druhém, tam tato znaková sada nabídla zcela soudržný tvar slova bez ohledu na to, zda je abeceda čtenáři známa, nebo ne. Protože znaky písma Fedra Serif A Phonetic mají jednotný směr i sílu tahů a správný kerning, umožňují vytvářet mnohem srozumitelnější zobrazení zvuků. Když jsem se ptal lidí ve svém okolí, zjistil jsem, že většina tento názor sdílí.

Peterův výzkum ukázal, že zrcadlové převracení a otáčení znaků probíhalo zhruba souběžně s vývojem fotokompozice a rané digitální sazby. Fedra Serif A Phonetic je rozhodně krokem kupředu, zejména díky její čitelnosti. Z hlediska slovníkového využití má ještě další, zprvu skrytou výhodu. Zabarvením v sazbě totiž odpovídá zbytku textu a tak napomáhá uchování jednoho z klíčových elementů, na kterém je design postaven: jednotné zabarvení celé sazby.

obálka

Jedním ze základních rysů slovníků Collins je to, že odrážejí současný stav jazyka. Významy a užití slov jsou vzájemně provázány v rámci korpusu o 2,5 miliardách slov, který je každý měsíc doplňován o 35 milionů nových výrazů, pocházejících z tisku, rozhlasu a internetových stránek z celého světa.

Pokusil jsem se tento všeobecný, téměř lidový základ slovníku reflektovat při návrhu nové obálky. Tam, kde předchozí slovníky vyzařují velebnost, rozvahu a téměř autoritářství (alespoň zvenku), jsem se snažil vytvořit cosi lehkého, přístupného a podmanivého. Temně modrá či černá plocha většiny anglických slovníků odkazuje na královské, důstojné vzdělávací instituce. Nová řada slovníků Collins namísto toho září stříbrným přebalem, ten neustále odráží tlumené světlo a dodává až nehmotný charakter předmětu, který má ve skutečnosti nejblíž k cihle. Slovníky nevypadají tak těžké, jak opravdu jsou. Dosavadní obálky byly prostoupeny jistým maskulinním nábojem, připomínaly třeba tmavý oblek a kravatu. Nová obálka slovníků Collins je neutrálnější, ne-li přímo femininní. Místo středově zarovnaných kapitál a dalších prvků typických pro statické nápisy je nový přebal zarovnán nahoru a doleva. Nezáleží u něj tolik na tom, aby vyzařoval autoritu – mnohem více tu jde o komunikaci, má vyvolávat představu potěšení a touhy. I když je nakonec výsledek téměř tentýž – x tisíc stran, každá se dvěma či třemi sloupci hustě sázeného textu –, doufám, že jak z hlediska mikrotypografie, tak designu obecně pomohla moje rozhodnutí k tomu, aby byl tento slovník mnohem přístupnější, intutivnější a svému uživateli přinášel potěšení.

✖ [překlad: Olga Neumanová]

Upravená verze přednášky prezentované na pražské konferenci ATypI v září 2004.

MARK THOMSON is a British designer and typographer. In the 1990s he was Art Director of Taschen, introducing FF Scala Sans as the publisher's main typeface. From 1998 to 2003 he was principal of London-based International Design UK, designing and producing many award-winning books for publishers and clients around the world. In 2003, he became Art Director of the established British publisher Collins, rebranding the company with Martin Majoor's FF Nexus as the principal type, along with types by Fred Smeijers and Peter Bil'ak; in 2005 he also became Corporate Design Director of its parent company HarperCollins. He lives and works in London.

MARK THOMSON je britský designér a typograf. V devadesátých letech byl art directorem nakladatelství Taschen; pro něj zavedl písmo FF Scala Sans jako písmo korporátní. Od roku 1998 do roku 2003 byl ředitelem společnosti International Design UK sídlící v Londýně, kde navrhl a vydal množství oceněných knih pro řadu vydavatelství a klientů z celého světa. V roce 2003 se stal art directorem zavedeného britského nakladatelství Collins: prosadil tam nový firemní styl založený na písmu FF Nexus od Martina Majoora a doprovodných písmech od Freda Smeijerse a Petera Bil'aka. V roce 2005 se stal corporate design directorem zastřešující společnosti HarperCollins. Žije a pracuje v Londýně.

Soutěž na vytvoření loga České republiky uspořádalo Ministerstvo zahraničních věcí z pověření vlády České republiky. Podmínky účasti v soutěži byly zveřejněny na webu (vyjímáme z nich zejména cíl, který má logo spoluvytvářet: „...vybudovat image České republiky jako vyspělé demokratické země s bohatou a svébytnou kulturou a identitou, jako věrohodného, kvalitního partnera v obchodních vztazích, mezinárodních organizacích a bezpečnostních strukturách či diplomacii, který je hoden pozornosti a zájmu lidí v jiných zemích“) a odborná porota vybrala vítězné logo v prosinci 2005.
Většina diskuzí nad novým logem se soustředila především na jeho vizuální podobu. Jenže výsledek soutěže vybízí k širší, grafický design přesahující úvaze.
Nejčastější výtka k „bublinám“ – totiž to, že symbolizují naši zemi jako „nafouknutou bublinu, která splaskne“ –, míří, věcně vzato, naprosto vedle. Komixové bubliny přece nejsou totéž co mýdlové bubliny, navíc nesplaskávají. Ilustruje to převládající myšlenkové pochody v populaci a podvědomou obavu, že snad nejsme snad tak dobří, jak si sami namlouváme.
Stávající logo založené na stylizaci státní vlajky veřejnost nikdy nezajímalo, neboť od ní nic nežádalo. Identifikovat se s národní vlajkou je snadné. Stačí přihodit pár roztomilých záběrů české krajiny, Karlova mostu nebo selky v kroji a máme bezkonfliktní prezentaci, která českou veřejnost zaručeně masově nepobouří. Ale nelze se přece donekonečna zaštiťovat siluetou Hradčan, aerodynamickou karoserií Tatraplánu, Ještědem nebo Havlovým srdíčkem. Pro dnešní prezentaci České republiky je přece podstatné to, jak žijeme nyní, co umíme dnes a co cizince v naší zemi opravdu čeká. Čím se můžeme za 16 let fungování svobody pochlubit například ve srovnání s téměř stejně dlouho trvajícím obdobím první republiky? Co světu dávají srovnatelně velké národy, třeba Finové, Holanďané či Dánové? A jak pro nás taková srovnání vyznívají? Ministerstvo zahraničí (a výběrová komise) zvolilo obtížnější, ale progresivnější cestu, která nespoléhá na jednoduše přijatelnou národní symboliku. Snad si byla porota při výběru vědoma, že sebelepší vizuální systém náš obraz v zahraničí sám o sobě nepozvedne, pokud nebude mít prezentace pevnou koncepci, profesionálně zvládnutou realizaci (nikoliv pouze grafický manuál) a pokud – a to především – nebudeme mít sami co ukázat. Vlnu nevole na domácí půdě tak sklízejí „bubliny“ nejspíš právě proto, že nám tak palčivě připomínají fakt, že nejdříve musíme mít čím se chlubit, abychom to do nich poté mohli umístit. [Pavel Zelenka]

FAKTA

V lednu 2005 schválila vláda Koncepci jednotné prezentace České republiky. Ministerstvo zahraničních věcí vyhlásilo soutěž na nové logo ČR: zadáním prvního kola soutěže (s termínem do 30. září 2005) bylo předložit návrh loga ČR v černobílém a barevném provedení a v několika velikostech, a dále představit logo v následných aplikacích na titulní straně prezentační brožury a na propagačním předmětu. Soutěž obeslalo celkem 190 uchazečů, z toho 9 ze zahraničí, s celkem 415 návrhy. Dne 15. října 2005 nezávislá porota vybrala pět návrhů od čtyř grafických studií (Studio Najbrt, ReDesign, Side2 a studia Heyduk, Musil & Hošek), které postoupily do druhého kola. To proběhlo v prosinci 2005 a vybraní autoři měli předvést aplikace navrženého vizuálního stylu na plakátu všeobecně prezentujícím Českou republiku, ve vstupním prostoru virtuálního Českého domu a návrh aplikace na internetovém portálu. Své návrhy uchazeči odborné porotě prezentovali osobně. Porota se jednoznačně shodla na vítězném návrhu Tomáše Machka, Luďka Kubíka a Karla Halouna z grafického studia Side2. Ocenila především jeho originalitu, vtip, proveditelnost a otevřenost, poskytující široký potenciál využití.

POROTA THE BOARD OF JURIES

JUDr. Cyril Svoboda,
> ministr zahraničních věcí ČR
> minister of foreign affairs of the Czech Republic

Ing. Martin Jahn
> místopředseda vlády ČR
> deputy prime minister of the Czech government

Dominika Nell Applová
> špičková česká průmyslová designérka
> top Czech industrial designer

Ivan Zachariáš
> podle hodnocení The Gunn Report jeden z deseti nejlepších reklamních režisérů na světě
> according to The Gunn Report one of the top ten advertisement producers in the world

Robert V. Novák
> špičkový český grafický designér
> top Czech graphic designer

Ing. arch. Eva Jiřičná
> nejznámější současná česká architektka působící v zahraničí
> most well known contemporary Czech architect, working abroad

Prof. Zdeněk Ziegler
> špičkový český grafický designér, bývalý rektor Vysoké školy uměleckoprůmyslové
> top Czech graphic designer, former chancellor of the Academy of Arts, Architecture and Design in Prague

nové logo české republiky > new logo of the czech republic

FACTS

In January 2005, the Czech government approved the Concept of Integrated Presentation of the Czech Republic. The Ministry of Foreign Affairs opened a competition for a new logo of the Czech Republic: the specification of the first round of the competition (which closed on the 30th of September, 2005) called for submissions of a logo in colour and black and white implementation and in a variety of sizes, and the authors were to present the logo as applied on a title page of a promotion brochure and on a promotion item. The juries received 415 submissions from 190 applicants, 9 of those were from abroad. On the 15th of October, 2005, the independent board of juries has selected five designs by four design studios (Studio Najbrt, ReDesign, Side2 and Heyduk, Musil & Hošek) to pass through to the second round of judging. This ran in December 2005. The selected authors were to present implementations of the visual style in a poster representing the Czech Republic, which would be placed in an entrance of a virtual Czech council abroad, and they were to apply the visual style to a web server. The designs were presented personally by their authors. The juries unanimously chose the awarded design by Tomáš Machek, Luděk Kubík and Karel Haloun from Side2 design studio. They emphasized its originality, wit, ease of implementation and openness, permitting a wide scope of possible applications.

The competition for the design of a new logo of the Czech Republic was drawn by the Ministry of Foreign Affairs, commissioned by the government of the Czech Republic. The conditions for participation were published online. Let us quote the objective of the competition, which was "to build the image of the Czech Republic as a mature, democratic country with rich, authentic cultural traditions and identity, and, at the same time, as a reliable, trustworthy partner in trade, international relations, in security institutions or in diplomatic affairs, worth the attention and interest of foreigners". In December, 2005, the juries have selected the awarded design.

Most discussions about the new logo concentrated on its visual appearance. However, the outcome of the competition invites broader reflection, leaving the boundaries of the graphic design in itself.

The most common objection against the new logo says that it presents our country as an "inflated bubble which must deflate". This perception is, as a matter of fact, entirely wrong. Aren't bubbles from comic strips completely different from soap bubbles (which do not deflate anyway)? However, this reasoning rather well illustrates the prevalent moods and thinking processes of our population, especially our subconscious worry that we might not be as great as we tend to think of ourselves.

The old logo based on a formalised image of the Czech national flag never drew any attention from the public, because it demanded nothing of it. To identify with a national flag is pretty easy. Just add a few lovable images of the Czech landscape, the Charles bridge, or a peasant woman in the traditional dress, and the outcome is a straightforward, non-conflicting presentation, which definitely won't irritate the large-scale public. But we cannot represent ourselves endlessly with the outline of the Prague Castle, the aerodynamic shape of a Tatra car, with the Ještěd TV tower, or with Havel's drawing of a heart. For a contemporary, modern presentation of the Czech Republic, it is necessary to point out how we live today, what we do well now, and what the foreigners will really see in our country as it is at present. What are the things we may be proud of, appearing in the course of the last 16 years of freedom, compared with the interwar period, which lasted almost precisely as long? What is it that nations of similar size give to the outside world, for example the Finns, Dutch, or Danes? And how do we compare?

The Ministry of Foreign Affairs has chosen more problematic, but also more progressive approach, which does not rely on easily adopted national symbolics. Let us hope that the juries were aware of the fact that no matter how good the visual system will be in itself, it cannot, alone, improve our image abroad. The presentation has to have a fixed concept, it has to be implemented professionally (and a visual identity manual will not suffice here), and, above all, it needs to present things that are worth presenting. The criticism aimed at the bubbles in our homeland might spring from this very realisation - that we first need to create some values in order to be able to present those inside of the bubbles.

← **Winning design by Side2 studio.**
Vítězný návrh studia Side2.

Czech Republic

Czech Republic

PODLE OFICIÁLNÍHO PROHLÁŠENÍ MINISTERSTVA ZAHRANIČÍ VYBRALA POROTA VÍTĚZNÝ NÁVRH JEDNOMYSLNĚ. I PŘESTO NÁS ZAJÍMALY INDIVIDUÁLNÍ NÁZORY JEDNOTLIVÝCH ČLENŮ VÝBĚROVÉ KOMISE NA PRŮBĚH A VÝSLEDEK SOUTĚŽE. TĚM, KTERÉ SE NÁM PODAŘILO OSLOVIT, JSME POLOŽILI NĚKOLIK OTÁZEK.

JAK BYLA SOUTĚŽ PŘIPRAVENA, JAK SE POROTĚ PRACOVALO?

zdeněk ziegler > Soutěž byla připravena velice profesionálně, až mě překvapilo, jak hodně na ní MZ záleželo. Každý z porotců písemně zhodnotil všechny přihlášené návrhy, už v prvním kole vypadlo i mnoho renomovaných grafiků.

robert v. novák > Na místní poměry byla soutěž připravena dobře. Bohužel jsme vesnice, a tak panoval strach oslovit konkrétní odborníky na základě referencí z jejich předchozích prací. Proto jsme museli v prvním kole projít strašidelným lesem více než stovky pseudonávrhů, amatérských a nedomyšlených. A to už před zasedáním poroty proběhla selekce úředníků Ministerstva zahraničí, která vyřadila ty návrhy, jež vůbec nesplnily zadání.

eva jiřičná > Sedím v porotách různých soutěží po celém světě; tato byla naprosto profesionální a perfektní.

JAKÁ BYLA ÚROVEŇ OSTATNÍCH NÁVRHŮ V SOUTĚŽI?

cyril svoboda > Byl jsem přítomen hodnocení prvního i druhého kola soutěže. V prvním kole vypadlo mnoho uchazečů. Jejich návrhy často nesplňovaly zadání, mnohdy šlo spíše o projev dobré vůle občanů naší země spolupracovat na vytvářeni loga než o odborný návrh s nutnou technickou kvalitou. V druhém kole nebyl výběr vůbec lehký, všechny návrhy byly výborné, každý měl nápad a v něčem převyšoval ostatní.

zdeněk ziegler > U veřejných soutěží je celková úroveň vždy podivná, obešlou je totiž ve velkém procentu lidé, kteří vůbec netuší, o co jde. Byl jsem ale příjemně překvapen, že se přihlásilo i hodně renomovaných grafiků s řadou kvalitních návrhů.

robert v. novák > Obecně špatná. A to i když pominu lidovou tvořivost, která je spíš úsměvná. U profesionálů byla vidět svázanost. Soustředili se na obrázek, kompaktní tvar, ale neřešili problém systematicky a systémově, nedokázali postihnout ono široké pole záběru, pro které bude grafická prezentace země využívána.

eva jiřičná > Velmi různorodá. Nejsem grafik, ale pokud jde o tvůrčí činnost, vždy se snažím hledat originalitu, imponuje mi invence a odvaha. Proto mi v této soutěži nejvíc chyběly nápady. Jako by se uchazeči zalekli a pohybovali se jen v zakletém kruhu mezi srdcem Evropy, trikolorou a variacemi na státní symboly.

ivan zachariáš > Byl jsem trochu překvapen, nezdála se mi moc dobrá.

JAK POSUZUJETE VY OSOBNĚ VÍTĚZNÝ NÁVRH?

cyril svoboda > Moc se mi líbí, i když na začátku to tak nebylo. Dlouho jsem se k němu vracel, a čím víc jsem o něm přemítal, tím univerzálnější se mi zdál. Musíme si uvědomit, že nejde o logo v pravém slova smyslu, ale o jakési médium nesoucí informaci o České republice. Asi nejvíc se mi líbilo, jak si autoři vítězného projektu vyhráli s podobami loga pro použití v architektuře a v prostoru vůbec. Ukažte mi zemi, která by svoje logo mohla používat třeba jako tlačítko ve výtahu nebo ukazatel směru; s bublinou to jde...

zdeněk ziegler > Byl jednoznačně nejlepší. Reflektuje současnou dobu, právě takto by se dnes s logem mělo pracovat. Logotyp není pouhou značkou, jak si většina laiků myslí, tento přístup už je přežitý. Návrh studia Side2 má mnoho rovin. Především bublina jako grafický znak v sobě nese signál, že s vámi chce někdo komunikovat. Může tak účinně fungovat na rozličné cílové skupiny, aplikovat jej lze mnoha způsoby. Pro zahraniční česká centra je přímo darem z nebe, mohou jej používat cestovky atd. Přesto si myslím, že se význam národního loga jako identifikační značky přeceňuje. Ono samo o sobě vnímání ČR v zahraničí

THE OFFICIAL RELEASE OF THE MINISTRY OF FOREIGN AFFAIRS STATED THAT THE JURIES SELECTED THE AWARDED DESIGN UNANIMOUSLY. NEVERTHELESS, WE WANTED TO HEAR THE INDIVIDUAL VIEWS OF THE MEMBERS OF THE COMMITTEE ABOUT THE PROCEEDINGS AND THE OUTCOME OF THE COMPETITION. WE ASKED THOSE WE MANAGED TO REACH A FEW QUESTIONS.

HOW WAS THE COMPETITION ORGANISED, WHAT WAS THE SELECTION PROCESS LIKE?

zdeněk ziegler > The competition was organised in a really professional manner. I must say I was surprised at how much effort the Ministry of Foreign Affairs invested in it. Each of the juries has written a report on all the submitted designs, and even quite a few renown designers were out by the end of the first round.

robert v. novák > Compared to similar Czech events, the competition was organised rather well. Unfortunately, we live in a village, so it wasn't possible to address particular experts on the basis of references from their previous work. This is why in the first round, we had to struggle through a terrible mass of more than a hundred of hasty pseudo-designs drawn by amateurs. And even before the jury met, the officials from the Ministry sifted through the submissions to separate the ones which did not fulfill the submission guidelines.

eva jiřičná > I have been a jury of many competitions around the world; this one counts among the most professional ones.

HOW WOULD YOU RANK THE OTHER DESIGNS?

cyril svoboda > I was present in the judging of the first and second round, and many submissions did not make it through to the second one. Quite often, the designs did not fulfill the objectives of the competition. These frequently expressed the good will of our citizens to contribute to the creation of our logo, but were not prepared by experts and did not fulfill the necessary technical requirements. In the second round, it wasn't easy at all to select the finalists. All designs were exceptional, each had a special idea and surpassed the others in some way.

zdeněk ziegler > In all public competitions, the quality of submissions varies strangely, because most submissions come from people who have no clue about what is going on. However, I was pleasantly surprised that a number of renown designers submitted a good amount of high-quality designs.

robert v. novák > The quality of submissions was, in general, low. Even when I leave out the work of folk genius, which, after all, makes you smile, even professionals seemed to be tied into a given scheme. We could see their concentration on a certain image, a compact shape, but their solution was unsystematic, unable to cater for the wide scope of applications expected from this kind of a presentation of the country.

eva jiřičná > The submissions varied greatly. I am not a graphic designer, but in all creative professions, I seek originality, invention, and confidence. This is why in this competition, I missed ideas the most. As if the authors were scared away, moving in dead circles—the heart of Europe, the tricolour, and variations on the theme of national symbols.

ivan zachariáš > I was a bit surprised, the submissions did not seem great to me.

WHAT DO YOU PERSONALLY THINK OF THE WINNING DESIGN?

cyril svoboda > I like it a lot, even though it was not so from the very beginning. I kept coming back to it and the more I contemplated about it, the more versatile it seemed. We must realise that it is not a logo in the strictest sense of the word, it is rather a medium which carries information about the Czech Republic. My favourite aspect of the design was the way its authors dealt with its implementations in architecture, and in an open space in general. Show me a country which can apply its logo to buttons in an elevator, or make it a direction sign. You can do all these things with the bubble...

zdeněk ziegler > It was clearly the best one. It reflects our present reality well and it embodies the perfect way of dealing with a logo. Logotype is not just a trademark, as most common people think. This approach has been out of date for a while. The design by Side2 studio has many facets. Most importantly, a bubble as it is carries a signal that someone wants to communicate with you. Thus it can address various destination groups and it can be applied in a vast variety of ways. For Czech councils abroad, it is literally a gift from the above, it may be employed by travel agencies, etc. However, I still think the importance of a national logo as a trademark to identify with is over-estimated. The perception of the Czech Republic abroad isn't going to change rapidly just

nezmění, ani nezajistí náhlou expanzi českého průmyslu. Může ale k zemi přitáhnout pozornost, a v tom spatřuji hlavní význam soudobé moderní prezentace.

robert v. novák > Má naději na existenci díky myšlenkovému zázemí, které je v něm obsaženo. Logo, to není obrázek, který se někam umístí. Důležitý je systém, který za ním stojí, a právě ten porotu přesvědčil. Podobně propracované byly v konečném důsledku pouze dva návrhy. Oba řešily způsoby prezentování země, uvažovaly v kontextech. Ten vítězný od Side2 nás přesvědčil, že jej lze lépe aplikovat v praxi. Je to samozřejmě komplikované, u takového zadání se těžko vyhnete střetu s tradicionalismem. Ostatní se snad zalekli odpovědnosti a nedokázali své nápady rozvinout za hranici strachu.

eva jiřičná > Má velkou variabilitu interpretací. To samozřejmě může být zrádné, pokud se bude aplikovat špatně, lidmi, kteří nejsou odborníci a kteří to nezvládnou. Pak vznikne taková „česká bramboračka“. Ale je tam přítomen ohromný potenciál a taky hravost. Poskytuje prostor pro vtip, legraci a to je taky důležité. Může světu sdělovat, o čem se v České republice mluví, a Čechům pak zpětně říkat, co o nás vědí v cizině. Víte, v architektuře se projekt téměř nikdy nerealizuje přesně v té podobě, ve které vyhrál soutěž. To je pouze počáteční idea, nápad, který se pak dál zpracovává, je to podobné jako s výchovou dítěte. Jestli nakonec v praxi obstojí, nebo ne, nelze nikdy předem stoprocentně garantovat. Pokud je ale myšlenka silná a životaschopná, měla by dostat příležitost. A prezentace vítězného týmu v této soutěži mě přesvědčila, že jejich návrh takovou myšlenku má.

ivan zachariáš > Myslím si, ze jsme vybrali dobře, je to originální nápad, který umožní ve svém využití spoustu variací. Už v prvním kole byl tento návrh jedním z mála zajímavých, ale potřeboval rozpracovat, nevěděli jsme, kam se prvotní idea může posunout. Tým Side2 zaznamenal ze všech účastníků druhého kola asi největší posun.

MÁTE PŘEHLED O ZNAČKÁCH JINÝCH ZEMÍ? JAK POSUZUJETE ČESKÉ LOGO VE VZTAHU K NIM?

cyril svoboda > Samozřejmě, že před vyhlášením soutěže jsme na stole probírali marketingové kampaně a loga mnoha zemí. Z těch evropských prakticky všech... České logo podle mého názoru bude fungovat, potřebuje čas. Ostatně s koncem soutěže se uzavírá pouze první fáze dlouhé práce na vytvoření kompletní podoby jeho použití.

zdeněk ziegler > Součástí prezentace jednoho ze soutěžících byl i přehled logotypů užívaných v cizině, takže jsme je měli celou dobu na očích. Překvapilo mě, že většinou nebyly moc zajímavé. Asi nejznámější značka Španělska je spíš turistická a taky se už používá řadu let, takže je zastaralá.

robert v. novák > Měli jsme k dispozici různé dosažitelné logotypy a musím konstatovat, že obecně je jejich úroveň dost špatná, obvykle ve stylu „levná cestovní kancelář“. Kdysi dávno potřebu logotypu pro turistiku či byznys nastartovalo Španělsko s využitím známých Miróových motivů. Od toho se ostatní země nedokážou odrazit, jsou to vesměs podobné kresbičky splývající v pseudomasu. Hodně mě třeba zklamalo logo Holandska. Takže jsme se vůči těmto logotypům snažili spíše vymezit, aby český návrh byl jiný, výrazný, aby vyčuhoval.

eva jiřičná > Nezaujalo mě mezi nimi nic vynikajícího. I v tom je síla českého návrhu, že nikoho nekopíruje, právě naopak.

ivan zachariáš > Měli jsme k dispozici loga ostatních zemi k porovnání a musím říct, ze jsou skoro všechna dost příšerná. Bohužel se právě tímto stylem „levné cestovní kanceláře“

← **Winning design by Side2 studio.**
Vítězný návrh studia Side2.

because of the logo, and the Czech industry won't suddenly expand. However, it can draw attention to our country, and I see this as the main benefit of the current presentation.
robert v. novák > The greatest hope of this logo lies in the fact that it is charged with a cognitive potential. Logo isn't a pretty picture which one can just stick somewhere. Most important is the system that lies behind it, and it has been the system that persuaded the juries to select this one design. In the end, only two submissions had such well-managed systems behind them. Both dealt with the presentation of the country in a broader context. The design by Side2 persuaded us that it will be easier to apply it in practice. Of course, the whole problem isn't easy to solve, with each such commission, you must clash with the traditionalists. Others perhaps hesitated in fear of responsibility, and they weren't able to overcome the boundaries set by such fear.
eva jiřičná > It offers a variety of interpretations. Of course, the possibilities may prove betraying if applied in a wrong way, by amateurs who cannot manage such task. Then the result will be some sort of a "Czech goulash". But the logo does have a great potential, and it is playful. It has humour, it invites puns, jests, and this too is important. It may inform the outside world of what Czechs talk about, and the other way around as well—it can tell the Czechs what the foreigners say. You see, in architecture, almost no project is ever implemented in its original shape which was awarded in a competition. Only the original idea is further processed. It's similar to bringing up a child. You cannot guarantee whether in the end, it will be a success or not. But if the idea is strong and vital enough, it should get a chance to prove itself. And the presentation of the winning team has persuaded me that their design does have such idea.
ivan zachariáš > I think our selection was wise, it is an original idea which caters for a variety of applications. Already in the first round of judging, this design was one of the few interesting ones, but it needed to be developed in more detail, we did not know how the original idea may change. The Side2 team probably demonstrated the greatest advance between the first and the second round of judging.

DO YOU KNOW THE LOGOTYPES OF OTHER COUNTRIES? HOW DOES THE CZECH LOGO COMPARE TO THESE?

cyril svoboda > Naturally, before the competition was opened, I went through the marketing campaigns and logotypes of many countries, probably of all European ones... I think that the Czech logo will function well, but it needs its time. After all, the end of the competition means only the end of the very first phase of a long labour—to work out a full scope of its possible applications in detail.
zdeněk ziegler > The presentation of one of the contestants contained an overview of logotypes utilised abroad, so we had these readily available in the course of the whole competition. I was surprised that I didn't find them all that interesting. Probably the most well-known logotype is the Spanish one, it is mostly employed in the tourism industry, and it has been in use for many years, so it is out of date now.
robert v. novák > We had many logotypes at our disposal, and I must say that their quality is rather low, mostly in the style of "cheap travel agents". It has been a long time since Spain first came up with a logo for tourism and trade, utilising the infamous motifs by Moore. The other countries are unable to break away from this example, so their logos are most often drawings of similar character which blend into a dull mass. For example, I was really disappointed by the logo of the Netherlands. So we wanted to take a different stand than these logotypes. We wanted the Czech logo to be different, to stick out of this mass.
eva jiřičná > Nothing outstanding has captured my attention. This is one of the strengths of the Czech design—it does not imitate anyone and anything, it is quite authentic.
ivan zachariáš > We saw the logotypes of many other countries to have some comparison, and I must admit that most of them were pretty terrible. Unfortunately, this "cheap travel agents style" was also the starting point of most of the submitted designs. Nevertheless, our selected logo now definitely counts among the top ones.

↓ **Design by Hejduk, Musil & Hošek studio.**
Návrh ze studia Hejduk, Musil & Hošek.

.CZECH
REPUBLIC

inspirovala i většina návrhů v soutěži. Nicméně naše vítězné logo teď bezesporu patří k nejlepším.

MĚL BY SE STÁT V TAK SPECIFICKÉ A ODBORNÉ VĚCI, JAKO JE DESIGNOVÁ KAMPAŇ, ZÁVAZNĚ ŘÍDIT NÁZORY RENOMOVANÝCH SPECIALISTŮ, NEBO MÁ MÍT PRÁVO VETA VLÁDA, MINISTERSTVO?

cyril svoboda > V této soutěži vybírali odborníci, tím odpovídám na to, čemu dávám přednost. V komisi se sešla ojedinělá skupina českých špičkových odborníků, jejichž um už dávno přesáhl hranice republiky. Výběr byl hlavně na nich, ale musím říct, že to bylo těžké, protože rozdíly mezi finálními návrhy byly minimální.

zdeněk ziegler > Politická reprezentace by měla o věci mluvit s někým, kdo o ní přemýšlí celý život, spolehnout se na profesionalitu poradců. Rozhodně by podobná výběrová řízení neměla probíhat v rovině stranických her nebo vyřizování si politických účtů. Čím méně politiky se do odborných soutěží promítne, tím lépe.

robert v. novák > Nejsem odborník na stavbu mostů, a tak je neprojektuji, nejsem lékař, proto neoperuji lidi. Každý, kdo má program, v kterém si napíše dopis a vloží do něj fotku, má však pocit, že je grafik. Bohužel, ani samotní klienti si neuvědomují, že tato profese má pravidla nejen estetická a vizuální.

eva jiřičná > Přečetla jsme si v tisku prohlášení: paní Jiřičná nám vybrala hrozné logo. Je to směšné. Verdikt poroty byl výsledkem debaty mezi profesionály, kteří k věci přistoupili odpovědně a s velkou zkušeností. V diskuzích, které se kolem loga ČR rozpoutaly, mi chybí pokora, důvěra v profesionalitu. Vláda taky přece rozhoduje o záležitostech, které se dotýkají života všech, a pokud schválené zákony nefungují, musejí se modifikovat. Ani úspěch a funkčnost vybraného loga nelze úplně zaručit, ale odbornost porotců snad jistou zárukou je.

ivan zachariáš > Kdyby bylo rozhodnutí na úřednících či politicích (ti naši bohužel ve valné většině naprosto postrádají vkus), budeme mít v logu lipový list nebo Hradčana. Vláda má rozhodovat o věcech, kterým rozumí, nebo kde se alespoň očekává, že jim rozumí. V tomto případě do rozhodnutí nemůže zasahovat.

CO SI MYSLÍTE O KVALITĚ STÁTEM ORGANIZOVANÉ PROPAGACE ČR?

zdeněk ziegler > Neznám ji natolik, abych to mohl odpovědně posoudit. Těžko lze vyslovit relevantní názor na základě toho, že jsem v Anglii v televizi viděl reklamu na pivo nebo že jsem někdy volil na zastupitelském úřadu v zahraničí.

robert v. novák > Dosud jsem se jako grafik styděl, že jsem Čech. Měl jsem v ruce několik propagačních materiálů naší země a na jejich základě bych do Česka rozhodně nepřijel. Obvykle totiž v zahraničí hledám něco, co se vymyká zavedeným schématům a klišé. Bohužel, obraz ČR v podání těchto brožur, to je Konopiště, Karlštejn a orloj, věci známé i bez toho, aby se o nich psalo v nějakém časopisu. Nenašel jsem tam jedinou současnou věc, odkazy na aktuální kulturní dění, prezentace současného umění, zkrátka nic. Teď je šance to změnit, tak doufám, že ji nepromarníme!

eva jiřičná > Popravdě, žádné jsem si nevšimla; kdyby byla skvělá a výjimečná, tak ji asi nepřehlídnu. Já se už deset let snažím do této země přinášet zkušenosti z ciziny a jsem přesvědčena, že tady je potenciál, nadání, že jsme schopni produkovat mezinárodně excelentní výsledky. A že už to pomalu začíná být vidět. Pokud vše dobře dopadne, jednou z takových ukázek by mohlo být i nové logo ČR.

ivan zachariáš > Doufám, že se to teď zlepší. Bohužel to ale bude něco stát. Snad se to povede... ✖ [rozhovor připravila: Bibiana Beňová]

→ **Design by ReDesign.**
Návrh ze studia ReDesign.

DO YOU THINK THAT A PROFESSIONAL AND HIGHLY SPECIALISED MATTER OF A DESIGN CAMPAIGN SHOULD REST UNDER THE AUTHORITY OF RENOWN EXPERTS, OR SHALL IT BE THE GOVERNMENT OR THE MINISTRY WHO HAS THE FINAL VETO?

cyril svoboda > This competition was judged by experts, and that is my answer to the question. The board of juries consisted of a unique mixture of top Czech experts, whose craft reaches far beyond the borders of this country. The selection process rested upon them, but I must say it was not easy—the final designs differed only in details.

zdeněk ziegler > Political representation should discuss the problem with someone who contemplates about it all his life, it should trust the experts. Such competitions should never become a resort of party politics or a playground for settling political accounts. The less politics gets drawn into such expert competitions, the better.

robert v. novák > I am not an engineer, so I do not build bridges. I am not a doctor, so I do not perform surgeries. Everyone who gets hold of an application which lets him write a letter and add a photograph to it thinks that this makes him a designer. Unfortunately, neither the clients themselves realise that this profession has other rules than those dictated by aesthetics and visual taste.

eva jiřičná > I have read one statement in the press: Ms. Jiřičná has selected a terrible logo for us. This is utterly ridiculous. The final verdict was a result of a discussion among professionals, who took the matter seriously and whose decision rested upon long experience. The discussions aroused by the result of the competition across the whole of the Czech Republic lack humility and respect for a decision of professionals. After all, the government does make decisions which affect the lives of all of us, and when the present laws do not suffice, they have to be modified. We cannot entirely guarantee the success and the functionality of the selected logo, but I would assume that the professional status of the juries should be considered to be at least some sort of a warranty, isn't that so?

ivan zachariáš > If the decision rested entirely on politicians or civil servants (and it is sad that most of ours lack any taste whatsoever), we would have a logo with a whitewood leaf or with the Prague Castle outline. The government should make decisions about matters for which it is qualified, or, at least, where such qualification can be expected. In this instance, it must not intervene in the selection process.

WHAT DO YOU THINK ABOUT THE QUALITY OF THE PROMOTION OF THE CZECH REPUBLIC MANAGED BY THE STATE?

zdeněk ziegler > I do not know it well enough to be able to make a judgement. It is difficult to voice a relevant opinion on the basis of seeing a commercial for beer on the British telly, or by taking part in an election at a Czech embassy abroad.

robert v. novák > Up until now, I as a graphic designer was quite ashamed of the fact that I am Czech. I saw several promotion materials for our country and on the basis of these, I would never visit the Czech Republic. When abroad, I try to seek something that extends beyond the popular cliché. Unfortunately, the Czech Republic presented by these brochures means Konopiště and Karlštejn castles and the astronomical clock. All these things are well known and it is not necessary to read about them in a magazine. In these materials, I did not find a single contemporary fact, a presentation of contemporary art, some reference to cultural events, nothing. Now there is a chance to change this, and I hope we will not waste it!

eva jiřičná > To be honest, I did not notice any. If it was outstanding and exceptional, I probably wouldn't miss it. For the past ten years, I have been trying to implement experience from abroad here, and I am certain that we do have potential, that we do have new talent and that we can produce results which would be exceptional on the international scale. And, gradually, these results are beginning to be seen. If all goes well, the new Czech logo could support this trend.

ivan zachariáš > I hope it will improve now. Unfortunately, it will require some effort. I hope it does go well... ✖ [Bibiana Beňová]

First design by Najbrt studio.
První návrh ze Studia Najbrt.

AHOJ!
CZECH REPUBLIC

O NÁZOR NA NOVÉ LOGO ČESKÉ REPUBLIKY JSME POŽÁDALI NĚKOLIK ČESKÝCH GRAFIKŮ Z RŮZNÝCH STUDIÍ A AGENTUR. VZHLEDEM K TOMU, ŽE ARGUMENTY PŘÍZNIVCŮ I ODPŮRCŮ SE V OBOU SKUPINÁCH TÉMĚŘ SHODOVALY, VYBRALI JSME PŘÍSPĚVKY, KTERÉ NEJLÉPE CHARAKTERIZUJÍ POSTOJ JEDNOTLIVÝCH SKUPIN. POZITIVNÍ VZTAH K „BUBLINÁM“ VYJÁDŘIL MLADÝ ČESKÝ DESIGNÉR ONDŘEJ KLOS. ZA SKEPTIKY PROMLUVÍ NÁZORY DVOU ZAHRANIČNÍCH DESIGNÉRŮ, ALESSIA LEONARDIHO A ALBERTA-JANA POOLA. OBA PÁNOVÉ MAJÍ MNOHO SPOLEČNÉHO. MAJÍ ZA SEBOU ŘADU ÚSPĚŠNÝCH PROJEKTŮ Z OBLASTI KORPORÁTNÍHO DESIGNU. PRACUJÍ V NĚMECKU, ALE NARODILI SE V JINÉ ZEMI; MAJÍ KLADNÝ VZTAH K NAŠÍ REPUBLICE, TAKŽE NÁS SHODA JEJICH NÁZORŮ ANI NEPŘEKVAPILA. (LEONARDI SE NARODIL VE FLORENCI, NYNÍ PRACUJE VE STUDIU LEONARDI.WOLEIN, KTERÉ V ROCE 1997 SPOLUZALOŽIL V BERLÍNĚ. POOL JE HOLANDSKÝ TYPOGRAF ŽIJÍCÍ V HAMBURKU, NYNÍ PRACUJE POD HLAVIČKOU STUDIA DUTCH DESIGN.)

ONDŘEJ KLOS

Doby loga jako uzavřeného rigidního celku jsou pryč. To, co opravdu potřebujeme, když dnes mluvíme o vizuální identitě, je logický, graficky konzistentní, ale přitom velmi otevřený systém, který vyjádří a udrží výchozí hodnoty a bude přitom přístupný permanentní změně, kterým můžeme říct tisíce věcí a přitom zůstane týmž. Ba co víc – tyto změny musí systém soustavně dobudovávat. To je nejpodstatnější. To, čemu říkáme logo, by tu pak mělo být jakýmsi zkratkovitým výtahem takového systému – tedy rozhodně ne nějaký flek vlevo dole na plakátu. Systém sám je logo, logo je systémem.
Přesně tohle se studiu Side2 v novém logu České republiky daří; jejich práce je v tomto smyslu vizionářská a potěšující. Základní varianta loga nese všechny podstatné komponenty systému, zakládá ho a každá dobrá aplikace odkazuje zpět na logo tím, že ho zároveň spoluvytváří. Do loga se dá dokonce přímo zasahovat! Je tu poskytnut velký prostor pro další dobrou práci, ale zároveň i dostatečná garance, že se koncept nerozpadne. Konkrétní aplikace, které zatím bylo možno vidět, dokazují, že navržený systém je skvěle funkční, vtipný a ve své konkurenci i originální (výborná je ukázka aplikace na mantinelu z hokejového utkání – logo se svým sousedícím konkurentům téměř vysmívá). Jistě, takové řešení nese i úskalí: pokud systém přijde do ruky patlalům, třesme se. Taková úvaha by však neměla tvůrce omezovat, je třeba myslet hlavně na opačný efekt: logo dává prostor kreativní explozi – včetně množství karikatur, na které se škodolibě velice těším.
Ještě jedna obdivná poznámka: typografie. Jak jsem se navztekal, když se v logu Prahy objevil už v té době všudypřítomný a fádní Myriad, tak jsem byl nadšený, když tvůrci loga České republiky sáhli po svérázné a sebevědomě české typografii Františka Štorma. Výborně!
Tolik chvála. Jsou tu ale i jiné požadavky, kterým logo musí dostát. Jak se mu daří říct něco o Češích a jejich zemi? Komunikativní a otevření jsme spíš v našich přáních. Vynalézaví jsme určitě, ale to bude spíš vedlejší efekt zpracování loga než přímý záměr. O moc víc se toho nedozvíme. Nelze se pak ubránit dojmu, že úplně stejné logo by si mohla prostým přepsáním názvu přivlastnit libovolná jiná země. Osobně mi to tolik nevadí – možná je lépe vyjádřit se o nás samých obecně za cenu mírné vágnosti, než mluvit konkrétněji. Pak je tu ještě problém s ne příliš přesvědčivou originalitou hlavního námětu. Chápu, že počet základních tvarů je značně omezen a že všechno už tu v podstatě bylo, ale zrovna komiksové bubliny jsou značně okoukaný motiv.
To celé pak svádí k otázce: jestliže tu máme návrh sice koncepčně výborný, ale obsahově ne tak přiléhavý a tvarově originální, jak bychom si možná představovali, nenajdeme něco lepšího u ostatních účastníků soutěže? Z toho mála, co zatím bylo vidět, lze odpovědět poměrně jednoznačně: nenajdeme. A to je po příjemném začátku šok. Ještě by se dalo uvažovat o návrhu studia ReDesign, který by se jistě dobře vyjímal v záplavě log ostatních států, ale chybně sází na trikolórní barevnost a nápadově zůstává ospalý. Návrhy studia Najbrt nejsou zlé, veselá hlavička mi nevadí, návrh „Ahoj!“ dokonce považuji za hodně zdařilý, ale kam by se tyto návrhy dál rozpracovávaly? Do stejně nudných kompozičních cvičení jako v případě vizuální identity Prahy? O posledním finalistovi z dílny studia Heyduk, Musil & Hošek se mi ani nechce ztrácet slova. Tak nedůvtipný námět jako koncovka naší národní domény měl být nemilosrdně sestřelen už ve fázi autocenzury

↙ **Second design by Najbrt studio.**
Druhý návrh ze Studia Najbrt.

CZECH REPUBLIC

WE ASKED SEVERAL CZECH GRAPHIC DESIGNERS FROM VARIOUS STUDIOS AND AGENCIES TO SHARE THEIR OPINION ABOUT THE NEW LOGO OF THE CZECH REPUBLIC. TAKEN INTO ACCOUNT THAT MOST OF THE ARGUMENTATION OF BOTH FAN AND OPPONENT GROUPS WAS VIRTUALLY THE SAME, WE SELECTED THE CONTRIBUTIONS BEST REPRESENTING THE VIEWS OF THE TWO GROUPS. POSITIVE STAND TOWARDS THE "BUBBLES" WAS BRILLIANTLY PUT DOWN BY A YOUNG CZECH DESIGNER ONDŘEJ KLOS. THOSE MORE SCEPTICAL TOWARDS THE NEW LOGO WILL BE REPRESENTED BY TWO FOREIGN DESIGNERS, ALESSIO LEONARDI AND ALBERT-JAN POOL. BOTH GENTLEMEN HAVE MUCH IN COMMON. THEY IMPLEMENTED A NUMBER OF SUCCESSFUL PROJECTS IN CORPORATE IDENTITY, THEY BOTH LIVE IN GERMANY, ALTHOUGH THEY HAVE BEEN BORN IN ANOTHER COUNTRY; THEY HAVE POSITIVE RELATIONSHIP TO OUR COUNTRY, SO WE WEREN'T TOO SURPRISED BY THE ACCORD IN THEIR VIEWS. ALESSIO LEONARDI WAS BORN IN FLORENCE, NOW HE WORKS IN THE LEONARDI.WOLEIN STUDIO, WHICH HE CO-FOUNDED IN BERLIN IN 1997. ALBERT-JAN POOL IS A DUTCH TYPOGRAPHER LIVING IN HAMBURG, NOW HE WORKS UNDER THE DUTCH DESIGN STUDIO PATRONAGE.

ONDŘEJ KLOS

The times when logo meant a closed, rigid object are gone. When we talk about visual identity today, we need a logical, visually consistent, but at the same time very broad and open system with a potential of expressing and maintaining the initial values, but accessible to gradual evolution. It needs to permit us to express hundreds of ideas, but it also needs to remain the same. What is more—the system itself needs to absorb these changes and evolve through them. This is most important. So-called logo should then be some sort of an acronym of such system. It is unacceptable to call a blunt blurb in the bottom left corner of a poster a logo. System itself is a logo, and a logo has to be a system.

And this exactly is what Side2 excelled in when creating the new logo of the Czech Republic; in this respect, their work is pleasing and visionary. The default version of the logo carries all the core components of the system, it establishes the system, and each good implementation points back to the default version, co-creating and developing it. Even the logo itself may be altered! There is a broad space for further good work, and, on the other hand, a guarantee that the original concept won't fall into pieces is also present. Individual implementations which we saw so far prove that the system is fully functional, witty, and compared to its competitors, highly original. (Just look at its application on a hockey rink barrier—as if the logo was almost mocking its neighbours.) Of course, such solution carries a potential of certain problems: a mere thought of the logo falling into the hands of an incompetent amateur gives you the shivers... However, such consideration should not tie the hands of the authors. It is necessary to think of the possible opposite effect—the logo may evoke a creative explosion, including mockery and caricature (and I am maliciously and with great gusto looking forward to those latter ones). One last note of admiration: typography. I was furious when I discovered Myriad in the logo of Prague, a typeface at that time ever-present, and, let's say it, blunt. I was equally ecstatic when I realised that the authors of the new logo of the Czech Republic have chosen original, confidently Czech typography of František Štorm. Congratulations!

So much for praise. However, there are other objectives a logo must fulfill. How well it communicates facts about Czechs and their country? It is mostly a wishful thinking that we are communicative and unreserved. We are creative, but this will be more of a side effect of the logo implementation, not a direct purpose. This is pretty much all. We cannot help the feeling that this logo could be easily adopted by any other country just by changing the title. Personally, I do not mind this too much—it might be better to talk about ourselves at large, even if it means being a bit vague, than to be too particular. Another problem lies within the doubtful originality of the elementary shapes. I understand that their scope is fairly limited and that we cannot come up with much new here, but comics bubbles, of all things, are a well worn out motif.

All this leads us to one question: here is a design which is excellent in its concept, but not so well fitting in content and not as original in shapes as we could wish. Is there anything better to be found in the other submissions? From the little we could see so far, the answer is no. And this is, after the rather pleasant beginning, a shock. Maybe we could consider the design by ReDesign, which would look well in the mass of other countries' logos, but it fails in the choice of the tricolour colours and it is a bit drowsy idea-wise. The designs by Najbrt studio are not bad, I do not mind the jolly face, and I think the Ahoj! design is well done. But how could these designs evolve, where do we go from here? Would we want as boring visual exercises as is the case with the visual identity of Prague? And the last finalist from the Heyduk, Musil & Hošek studio's workshop isn't worth mentioning at all. Such dreary motif as the ending of our national domain should have been bagged in self-criticism when it appeared, even before it got out of the studio of its birth (just consider a simple question what would be left of it when the national domain is replaced by a unified European .eu).

What went wrong, when the final round of such well established and attended competition saw

↑ **Examples of designs which did not make it through to the second round of judging.**
Ukázky návrhů, které se do užšího výběru nedostaly.

ve studiu (jen třeba kvůli prosté úvaze, jaký význam logu zůstane, až národní doménu začne nahrazovat celoevropská .eu).
Kde se stala chyba, když se ve finále tak dobře obsazené a významné soutěže ocitne pět rozpačitých návrhů? Nelze svalovat vinu na zadání, samo vybízí k neotřelým řešením. A i kdyby nevybízelo – tohle si musí umět přebrat každý designér sám a nenechat se svazovat, je integrální součástí této práce hledat vlastníma očima potřeby klienta a prosazovat nečekaná řešení. Stejně tak kvalitně sestavená porota dle vlastních vyjádření hledala něco za hranicemi běžných značek. Pak zbývá už jen jedno vysvětlení: český grafický design zkrátka většinou nedosahuje takové potence, aby sám sebe mohl alespoň příjemně překvapit, natož překročit. Soutěž o logo ČR je toho hmatatelným důkazem. Plejáda návrhů-finalistů nás otevřeně a nepříjemně usvědčuje z neschopnosti. Buďme tedy rádi, že v Side2 našli dost odvahy na to, aby nějaký krok dál přinejmenším zkusili. Je to vítězství za odvahu. A za tu patří tvůrcům můj obdiv.

ALBERT-JAN POOL
Podle mého názoru se nejedná o logotyp, který by mohl reprezentovat zemi. Základní myšlenka není špatná, ale je použitelná spíš jako vizuální struktura komunikačního designu; dobře by se hodila například pro plakát. Samotné logo však není dostatečně silné, aby dokázalo představit Českou republiku jako zemi. Na jeho základě možná lze chápat Českou republiku jako „vyspělou demokratickou zemi s bohatou a svébytnou kulturou a identitou“, použité bubliny však českou kulturní identitu redukují na komiks. Známky s tímto logem sice jistě upoutají pozornost, ale použité bubliny spíš evokují atmosféru prodejních stánků hlásajících různé ceny než „věrohodného, kvalitního partnera v obchodních vztazích, mezinárodních organizacích a bezpečnostních strukturách či diplomacii“. Domnívám se, že pokud chce být Česká republika chápána jako „partner, který je hoden pozornosti a zájmu lidí v jiných zemích“, logo jí k tomu příliš nepomůže.
Logo samozřejmě vždy vzniká proto, aby zprostředkovalo nějaké poselství, nicméně bubliny základní varianty loga zůstaly prázdné, a tak působí jaksi neškodně, jako něco, co má být přehlíženo. Dokonalým příkladem je použití loga na fasádě velké kancelářské budovy.
V tomto případě nám logo spíš naznačuje, že lidé uvnitř budovy dostali za úkol být zticha, než že nám mají co sdělit. Když světu jen oznamujete, že máte co říct, ale samotné sdělení nepřichází, lidi to nemůže zaujmout. Tento problém by sice mohlo vyřešit doplnění loga o slogan, ale logo samotné by přesto zůstalo naivní a míjící se účinkem.
Co s tím?
1 > Bubliny z logotypu je možné ponechat jako prostředek vizuální organizace grafické komunikace.
2 > Výrazný slogan by měl recipienta ujistit, že logo nese jasné poselství a není jen nafouknutou bublinou.
3 > Navrhnout logo, které bude v souladu s bodem 1 a 2.
4 > Nezadávat nápravu problému velkým mezinárodním agenturám. Přišli byste tak nejen o autenticitu, ale i o hromadu peněz.

ALESSIO LEONARDI
Když jsem uviděl nové logo České republiky, napadlo mě, že jde o nějaký žert: někdo se prostě bavil tím, že seriózní logo upravil vložením neuctivých komiksových bublin v křiklavých barvách, aby ho zesměšnil.
Ale žert to nebyl. Naopak jde o skvělou myšlenku, která velmi dobře padne například Itálii. V Itálii totiž nenajdete dva lidi se stejným názorem na jednu věc: u nás se říká – dva lidé, dva názory. Každý Ital by chtěl být trenérem národního fotbalového mužstva a každý Ital má vždycky svůj názor – když jeden řekne: „Je to žluté!“, druhý jistě odpoví: „Je to červené!“ a třetí: „Zelené!“
Navrhnout logo pro národ je obtížné i proto, že dnes je nesmírně těžké definovat, co vlastně národ je.
Vybrané řešení se tedy zdá být ideální právě proto, že nezaujímá žádné konkrétní stanovisko; je flexibilní, protože nemá žádný obsah a každý si do něj může doplnit, co chce. Je to spíš prázdná krabice bez konkrétního obsahu. Je to tedy univerzální logotyp? Možná, ale ne pro Českou republiku. ✖

five hesitant designs? It cannot be the fault of the assignment, which invites novel solutions. And even if it didn't—each designer has to deal with this on his own, he cannot be constrained from the outside. Finding and putting through own, original solutions of the client's objectives is an integral part of a designer's job. Even the well-selected jury board was seeking something extending beyond traditional trademarks. Only one explanation remains: Czech graphic design is not potent enough to come up with at least a pleasant surprise, let alone the possibility of surpassing its own boundaries. The competition for a new logo of the Czech Republic is a testimony of this. The display of final designs is a tangible, painful proof of our own incompetence. We should be grateful that at Side2, they have plucked up enough courage to at least attempt a step forward. The first prize goes to the brave ones, and it is the bravery of the authors I admire the most.

ALBERT-JAN POOL

For me, this is not a logo representing a country. The idea itself looks OK as long as it works as a main visual structure for communication graphics, such as in the poster.
The logo itself is not powerful enough to communicate the Czech Republic as a country. "A mature democratic country with rich, authentic cultural traditions and identity" is partly communicated, but the blobs reduce the Czech cultural identity to a comic strip.
Although the stamps using the logo are perfect eye catchers, unfortunately the blobs shouting out different prices communicate rather a market stall than "a reliable, trustworthy partner in trade, international relations, in security institutions, or in diplomatic affairs".
Therefore the need for the Czech Republic to be seen as "a partner worth the attention and interest of foreigners" will not be served by this logo.
It is obvious that the logo is there to communicate a message, but the fact that the blobs of the basic logo have been left empty turns it into something harmless that is to be looked over. This is perfectly illustrated by the use of the logo on the facade of a big office. In this situation, it tells us that the people inside have been told to remain silent, not that they have a message for us.
When you only communicate that you have something to tell, and then do not come up with the main message itself, people will turn away. Although a single claim as a permanent extension to the logo could fix that problem, the logo remains childish and misses its own point.
My suggestion:

1 > If you like, keep the blobs from the logo as a means to visually organize graphic communication.
2 > A strong claim should make sure that the logo makes a clear statement instead of blobbing perfumed air.
3 > Design a logo that fits with 1 and 2.
4 > Do not give the job of fixing this problem to large advertising agencies from abroad. You will loose authenticity as well as a lot of money.

ALESSIO LEONARDI

When I first saw the new logo of the Czech Republic, I thought it was some sort of a joke: someone had nothing to do, so he amused himself by adding irreverent comics bubbles in bright colours to an otherwise serious logo in order to mock it.
But it was no joke. On the contrary; the idea is great, and it would suit equally well to, say, Italy.
That's because in Italy, you won't find two people of the same idea. Each Italian would like to be the coach of the national football team, and each has to hold his own opinion, no matter what. If one says "This is yellow", second one will surely reply "this is red", so that the third one could say "green!".
To design a national logo is not an easy task, not only because today, it is so difficult to define what "nation" is.
The selected solution seems to be ideal precisely because it does not take a particular stand, it is flexible, because it has no content, and everyone may fill it with what is appropriate to him. It reminds of an empty box without anything particular inside.
Is it a universal logotype then? Yes, but probably not the right one for the Czech Republic. ✖ [translation: Olga Neumanová]

✖ TŘI KNIHY (NEJEN) O ARCHITEKTUŘE

Nestává se často, aby v Česku vyšly současně tři publikace od jednoho autora. A už vůbec není běžné, aby o knihách architekta psal časopis věnovaný grafickému designu. V případě Jana Kaplického, jednoho z nejoriginálnějších českých architektů, jsou obě výjimky ospravedlnitelné: jeho osobnost přesahuje daleko za hranice naší země a jeho tvorba není limitována pouze architekturou.
Z celé trilogie vyčnívá (a to nejen formátem) kniha **Sketches (Skici)**, která představuje kompletní sbírku Kaplického skic od roku 1941. Spolu s předmluvou od **Zahi Hadid** tvoří skici velmi působivý a fascinující celek: na poměrně velkém formátu, ve výborně provedených reprodukcích má čtenář-pozorovatel možnost sledovat originální Kaplického nápady v momentě zrodu. Chronologické řazení ukazuje, jak se Kaplického kresebná linka postupně zjednodušuje a jak své vize vyjadřuje ve větším chvatu nebo mnohem lakoničtěji s důrazem na vlastní princip řešení. **„Když je správná koncepční skica, je správná celá koncepce... Je to velmi emocionální. Proces a produkt. Občas se potím,“** píše Kaplický o svých skicách. Škoda jen, že tak vizuálně působivé a inspirativní obrazy skryl autor pod tuctovou obálku s naprosto prvoplánovitou kompozicí.
V knize **Album**, rozdělené do oddílů Principy, Architektura, Proces a Život, se Kaplický vyznává ze svého světonázoru a vypráví svůj životní příběh. Ve filozofující poloze se Kaplický stylizuje do role kazatele, nepředkládá fakta, neargumentuje, myšlenky spíš kupí za sebe v holých větách. Některá sdělení balancují na hraně banality. Přesto nelze říct, že by byl Kaplický povrchní – naopak, stále se snaží zasazovat své dílo a architekturu jako obor do širšího kontextu, lamentuje nad fachidiocií tvůrců a jejich nevnímavostí k souvislostem, hovoří o tvůrčí zodpovědnosti k sobě samému, ke kráse, k zadavateli i k životnímu prostředí. Ale nejsilnější a nejpřesvědčivější je Kaplický v posledním oddíle knihy, v němž nepateticky a přitom působivě popisuje vztah k rodičům, k synovi Josefovi, vlastní dospívání v období komunismu, emigraci a budování kariéry v cizím prostředí. **„Přes čtyřicet let bojuji za to, aby za mnou zůstávaly věci krásnější. Dodnes nenapravitelný romantik. (...) Dodnes miluji víno, brandy a lišky na kmínu. Přál bych si ještě jedno nové přátelství. (...) Vidím pár věcí, které jiní nevidí. Kdysi se mým projektům smáli, dnes je kopírují. Možná budu smět postavit jedno muzeum, jeden dům u moře, jednu zahradu. Už to vidím.“** Bohužel, nepříjemným handicapem knihy je její výtvarné zpracování: původně sympatický koncept textových a obrazových protistran je znehodnocen špatně navrženým zrcadlem, mizernou typografií s ledabyle provedenou sazbou a zejména „napěchovanými“ ilustracemi – valná většina ze 700 reprodukcí není větší než větší poštovní známka, takže pokud ilustrace zobrazují něco zajímavého, není to většinou ani možné dešifrovat. Je smutné, že se tohoto prohřešku dopouští autor sám na sobě – jak by se asi Kaplickému líbilo, kdyby si grafici navrhovali domy sami?
Spolu s přítelem, architektem a publicistou Ivanem Margoliusem, vybral Jan Kaplický přes dvě stě příkladů „české vynalézavosti“ a uspořádal je do obrazové publikace kapesního formátu nazvané **Česká inspirace**. Evidentně subjektivní výběr sice představuje opravdu kvalitní produkty a umělecká díla, ale je zatížen dlouhodobou nepřítomností autorů v Čechách, např. tvorbu od roku 1989 zastupuje pouze dvanáct děl a lepá Eva Herzigová, na druhé straně jen výrobků z kopřivnické Tatry najdeme v knize šestnáct! Ale rozpaky především budí kvalita reprodukcí (na některých stranách jsou snad použity obrázky stažené z internetu!) a zejména absence podrobnějších popisků fotografií. Poučený čtenář je pravda ve velké většině případů ani nepotřebuje, ale ten nepotřebuje ani tuto knihu. A čtenář-začátečník se nic podstatného nedozví. Ve srovnání s podobně koncipovanou knihou Czech 100 Design Icons tato publikace obstojí jen stěží.
Kaplického Skici a Album bezpochyby patří do seznamu povinné literatury každého studenta architektury a neměl by si je nechat ujít žádný praktikující designér. Nezbývá než se těšit, až konečně Jan Kaplický dostane příležitost realizovat nějakou „sexy“ stavbu i ve své domovině.

✖ **[text: Pavel Zelenka]**

✖ KUPÉ 1

Praskání dřeva v kamnech, ze kterých občas vybafne oblak kouře, železné okénko pro výdej jízdenek s půvabným starým zábradlím, občasné dunění okolo jedoucího vlaku – to je **Stanica**. Malé žilinské železniční nádraží, které dnes kromě původního účelu slouží hlavně jako prostor pro pořádání kulturních akcí. Konají se tu kurzy pro děti i dospělé, koncerty, výstavy, přednášky. 16. a 17. prosince naplnili Stanici grafičtí designéři, neboť zde proběhla typografická konference KUPÉ 1. Organizátoři – **Palo Bálik**, **Marcel Benčík** a **Robo Blaško** – pozvali přednášející ze všech šesti států sousedících se Slovenskem: za Českou republiku jsme přijeli Alan Záruba a já, z Ukrajiny dorazila Tetyana Borzunova, z Rakouska Dominik Hruza a Poláky zastupoval Jacek Mrowczyk; maďarský přednášející se omluvil. Ze slovenských spíkrů jmenuji Emila Drličiaka, Jula Nagyho a Petera Hajdina.
Podtitulem konference byla Sebeobrana grafického designéra, tedy téma, které s grafickým designem přímo nesouvisí. Společným tématem příspěvků tak nebyl design sám o sobě, ale spíše se mluvilo o postavení designéra ve společnosti. Probíraly se způsoby, jak obhájit svůj názor před klientem, jak přimět zákazníky

✖ THREE BOOKS (NOT ONLY) ON ARCHITECTURE

In our lands, it is not common to see three books of one author published at once. And it is even rarer for a magazine on graphic design to write about books written by an architect. In case of Jan Kaplický, one of the most original Czech architects, both exceptions are justifiable: he is a celebrity whose fame reaches far beyond the borders of our country, and his work isn't limited solely to architecture.

From the trio, one book stands out, and not only by its format. It is the title **Sketches**, presenting a complete collection of Kaplický's sketches since 1941. Together with the foreword by Zahi Hadid, the drawings constitute a very impressive and fascinating body of work: in a fairly large format and in immaculate reproductions, the reader-observer has a chance to follow Kaplický's original ideas from the very moment of their birth. The chronological order of the sketches reveals the evolution of Kaplický's drawing line, which keeps simplifying, expressing the master's vision in great haste. On the other hand, it is rather laconic, stressing the master's own principles of solutions. **"When the conceptual sketch comes out right, the whole concept will be right, too... It is very emotional. Process and product. Sometimes I sweat,"** says Kaplický about his sketches. It is a shame that the author has hidden such visually compelling and inspiring images inside of such a trivial cover, suffering from blunt, straightforward composition.

In the book **Album (Confessions)**, divided into the sections Principles, Architecture, Process and Life, Kaplický shares prism through which he views the world, and he tells the readers the story of his life. In a philosophical mood, Kaplický adopts the role of a preacher. He doesn't present hard facts, nor arguments, he rather piles his thoughts up in simple sentences without much continuity. Some of his messages border with banality. Despite of this, we cannot say that Kaplický is shallow—the opposite is true, he tries to put his own work and architecture in general into a broader context, he laments over the idiocy of architects and their blindness towards any continuity, he speaks about the creative responsibility towards one's self, towards beauty, towards the contractor and towards the environment. However, the strongest and most compelling is the last section of the book, where he talks without pathos, yet convincingly about his relationship with his parents, with his son Josef, about his own growing up during the communist era, about exile and about the difficulties of building a career in a strange environment. **"For over forty years, I have been struggling to leave things more beautiful behind me. I am a god-forsaken romanticist. (...) I still love wine, brandy, and chanterelle mushrooms on caraway. I wish to find yet one new friendship. (...) I see certain things, which others cannot. Long ago, they laughed at my projects, today, they copy them. Perhaps I will get a chance to build one museum, one house at the sea, one garden. I can see it already."** Unfortunately, the book suffers from its graphic design: originally pleasant concept of text and image facing pages is debased by defected type area, poor typography and careless typesetting, and, in the first place, by the cramming of images—most of the 700 images are not larger than a decent sized post stamp, so even if they do portray anything interesting, it is not in the might of the reader to decipher the subject. It is sad that it is the author who harms himself this way—how would Kaplický like it if graphic designers designed their own houses?

Together with a friend, architect and freelance journalist Ivan Margolius, Jan Kaplický has selected over two hundreds of examples of "Czech invention" and published them in a full colour, pocket sized image book entitled **Czech Inspiration**. The choice, however subjective, does present products and works of art of the top quality. However, it suffers from the long-term absence of the authors in the Czech Republic. Works created after 1989 are represented by only twelve examples, including the model Eva Herzigová, and, on the other hand, there are sixteen products from the Tatra Kopřivnice factory, which had made it through to the final selection! In the first place, however, the reader hesitates because of the low quality of reproductions (some images seem to have been downloaded off the internet!), combined with lack of detailed captions. In most instances, educated reader will not need these anyway, on the other hand, he won't need the title itself. And a reader-beginner will not learn anything new. Compared to a book of similar concept, Czech 100 Design Icons, Kaplický's title will not stand its ground...

Kaplický's Sketches and Album are indeed titles to be added to every architecture student's reading list, and no active designer should miss them, either. We are looking forward to the day when Jan Kaplický finally gets the opportunity to grace his homeland with one of his "sexy" projects. ✖ **[text: Pavel Zelenka, translation: Olga Neumanová]**

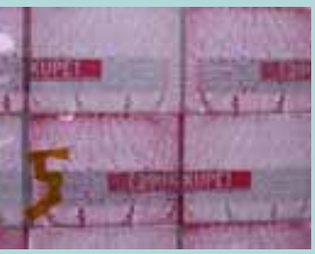
Jan Kaplický: SKETCHES
Úvodní zamyšlení napsala / Introduction by Zaha Hadid
Kniha vychází v anglickém vydání / Published in English edition only
formát / format 305 × 210 mm, 240 stran / pages, celobarevné / full colour, hardback, cena / price 680 Kč / CZK
Vydává nakladatelství Alba Design Press / Published by Alba Design Press
(ISBN 80-86740-05-6)
albamax@applet.cz
→ **www.albadesign.com**

Jan Kaplický: ALBUM
in English published under the title **Confessions** (Academy Press, 2002)
z anglického originálu přeložila / from English original translated by Veronika Volhejnová,
formát / format 175 × 175 mm, 208 stran / pages, celobarevné / full colour, šitá vazba / paperback, cena / price 390 Kč / CZK
Vydává nakladatelství Labyrint / Published by Labyrint (ISBN 80-85935-64-3) labyrint@wo.cz
→ **info: www.labyrint.net**

Jan Kaplický, Ivan Margolius: ČESKÁ INSPIRACE / CZECH INSPIRATION
Česko-anglické vydání / Czech-English edition,
formát / format 140 × 140 mm, 240 stran / pages, celobarevné / full colour, paperback, cena / price 330 Kč / CZK
Vydávají Fraktály Publishers a Zlatý řez / Published by Fraktály Publishers and Zlatý řez
(ISBN 80-86627-09-8, ISBN 80-901562-9-0)
fraktaly@fraktaly.cz
zlatyrez@zlatyrez.cz
→ **www.fraktaly.cz**
→ **www.zlatyrez.cz**

KUPÉ 1

respektovat elementární pravidla spolupráce či jak posílit povědomí veřejnosti o designu a typografii. Při přednáškách jsem si uvědomoval, jak jsou diskuse o těchto tématech důležité a že by se způsob jednání se zákazníky, prezentace návrhů nebo kalkulování zakázek mělo vyučovat na každé škole grafického designu, neboť právě v obhajování a vysvětlování spočívá významná část naší práce. Pro studenty bratislavské VŠVU, kteří tvořili většinu publika, to byla nejen skvělá možnost nahlédnout do světa skutečných problémů, se kterými se ve své profesi budou setkávat, ale také se seznámit se způsoby, jak na problémy reagovat. Konference byla svým komorním pojetím ideální. Po přednáškách nenastávalo obvyklé trapné ticho, ale rozvíjely se dlouhé diskuze, které byly mnohdy zajímavější než samotné prezentace. Debatovalo se i o přestávkách, po skončení programu, a to až do pozdních ranních hodin. Akce byla perfektně připravená i organizačně: já coby přednášející jsem se měl rozhodně jako v bavlnce. Doufám, že se pořadatelům podaří rozjet sympatickou tradici a že se letos v prosinci setkáme na KUPÉ 2. ✖ **[text: Filip Blažek]**
→ **www.stanica.sk/kupe**



✖ GOOD NIGHT AND GOOD LUCK One cannot take care of everything. Especially when the task is as complex as making a film, even an expensive one. One of the last "hits" may be traced down in an independent American film **Good Night and Good Luck**, which takes place during the 1950, in the era of McCarthy. Despite the fact that at the time, sanserif faces were still relatively rare, most of the signage in the film is set in Helvetica, which was only designed as late as in 1957.
One of the pages of Mark Simonson's studio is dedicated to bad, but also to good typography in films. Here, you will learn, for example, about the inappropriate use of ITC Benguiat in the film **Chocolate**, or about similarly inappropriate condensed Helvetica, as seen in **LA Confidential**.

DOBROU NOC A HODNĚ ŠTĚSTÍ Není snadné uhlídat vše. Často to platí při výrobě filmů, a to i těch dražších. Jedním z posledních „zářezů" je americký nezávislý film **Good Night, and Good Luck**, který se odehrává v 50. letech v době McCarthyho. Přestože v té době byla bezpatková písma stále ještě relativně exotická, pro hlavní nápisy byla ve filmu použita Helvetica, vzniklá až v roce 1957.
Špatné i dobré typografii ve filmech se věnuje jedna ze stránek studia Marka Simonsona. Dozvíte se na ní například o nevhodném použití ITC Benguiat ve filmu **Čokoláda** nebo podobně nevhodném použití komprimované Helvetiky v **L. A. Přísně tajné**. **[pk]**
→ **www.ms-studio.com/typecasting.html**

مؤتمر الخط والحرف الطباعي العربي
Arabic calligraphy & typography conference

✖ "BRINGHURST" ON THE WEB Richard **Rutter** decided to transfer the rules of traditional typography onto the internet. As a basis, he used the book **The Elements of Typographic Style** by Robert Bringhurst. This is by all means a beneficial project, the quotations from the book are clearly marked, however, they are published without the prior consent of the author. For the time being, Mr. Rutter has processed five chapters of the book so far. He describes certain typographic problems and their solutions in HTML and CSS. If the author manages to finish this project successfully, his web pages will be the most complex resource dedicated to typography on the web. Moreover, all the problems are explained clearly and comprehensibly, which is rarely the case with other similar web pages. These tend to be dedicated to CSS encoding, leaving the question of typography and its general purpose a little bit aside.

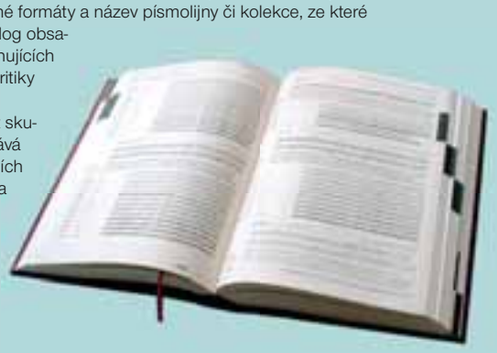
„BRINGHUST" NA WEBU Richard Rutter se rozhodl převést pravidla klasické typografie na web. Použil k tomu knihu **The Elements of Typographic Style** od Roberta Bringhusta. Počin je to jistě chvályhodný, avšak citace z knihy, byť náležitě označené, jsou prováděny bez vědomí autora knihy.
Momentálně je k dispozici pět kapitolek: Rutter v nich popisuje určité typografické problémy a jejich řešení pomocí HTML a CSS. Pokud by se autorovi povedlo celý projekt dotáhnout do konce, šlo by jistě o nejkomplexnější stránky věnované typografii na webu. Slibné je i to, že problémy jsou vysvětlovány srozumitelně, což bývá zpravidla problém většiny podobných stránek (více vysvětlují kódování CSS a méně informují o typografii a o tom, k čemu je vlastně dobrá). **[pk]**
→ **www.webtypography.net/**

✖ KITABAT From the 5th until the 8th of April, the American University in Dubai will host the participants of a Kitabat conference, dedicated to Arab calligraphy and typography. Lately, the interest of the Western world in Arab typography and graphic design has been growing, at the same time when Arab countries are trying to come to terms with the changes brought by globalisation and strengthening influence of the Western culture. The main topics of the conference are calligraphy, typography, graphic design and related technologies in the Middle East, however, the key benefit of the conference lies in its potential as a venue for exchanging opinions, views and approaches between Eastern and Western typographers and designers. We will bring a detailed report about this event in one of the summer issues of Typo, dedicated to Arab typography and calligraphy.
Kitabat is organised by the Department of Visual Communication of American University in Dubai, together with the Linotype Library and Stichting Khatt (The Center of Arab typography in Amsterdam), and it is supported by ATypI. Detailed program and lecture topics are to be found in English at
→ **www.kitabat.org**

KITABAT Od 5. do 8. dubna 2006 bude Americká univerzita v Dubaji hostit účastníky konference s názvem Kitabat – arabská kaligrafie a typografie. V současné době roste zájem západního světa o arabskou typografii a grafický design, zatímco arabské země se vyrovnávají s globalizací a sílícím vlivem západní kultury. Hlavními tématy konference sice bude blízkovýchodní kaligrafie, typografie, grafický design a související technologie, nicméně těžištěm konference bude vzájemná výměna názorů, postojů a přístupů mezi východními a západními typografy a designéry. O akci budeme podrobněji psát v jednom z letních vydání revue Typo, jež bude věnováno právě arabské typografii a kaligrafii. Kitabat pořádá Katedra vizuální komunikace Americké univerzity v Dubaji společně s Linotype Library a Stichting Khatt (Amsterdamským centrem pro arabskou typografii) za podpory ATypI. Podrobný program a témata přednášek najdete v angličtině na
→ **www.kitabat.org** **[fb]**

✖ COMPLETE TYPEFACE CATALOG A–Z In the last couple of years, type foundries have been trying to improve the presentation of their typefaces on the internet; many allow the user to try out a sample text set in the selected font, or they even permit the customer to print the sample on their own office printer. Despite these fast and sophisticated solutions, many typographers consider an online catalog to be just a poor substitute for a printed specimen book, which offers much more realistic samples of a given font, as it looks in print. Large type foundries and also some of the small ones, especially those which pay exceptional attention to the aesthetic and technical quality of their fonts, realise the flaws of online solutions and they often offer additional printed specimen books to their customers. Some companies produce sober lists of the fonts they distribute, others take the specimen book as an occasion to show off a bit, and so instead of presenting the fonts themselves, their specimen books abound in combinations of various print technologies and special kinds of papers. Specimen books which really do serve as a useful tool in the everyday process of selecting the right typeface are, unfortunately, rather rare.
Although the versions of Linotype specimen books up to date weren't bad, the recently published Compete Typeface Catalog A-Z counts, in my opinion, among the best specimen books of digital typefaces ever published. It has 21 × 28 cm size, printed in black, on high quality, yellow toned paper. It has nearly 600 pages, and it is a canvas-bound hardback. All the info about the Linotype company, about formats and encoding of fonts is printed in English, German and French. The typefaces are divided into seven categories—Sans Serif, Serif, Script and Brush, Decorative and Display, Uncial and Blackletter, Pi and Symbol, Central European and Non Latin Typefaces. (Finally someone had realised that languages such as Czech, Hungarian or Polish use Latin script, so they do not fall into the Non Latin category!) Each typeface display shows a 24-point single-line partial alphabet setting in the typeface's regular weight, and, if the regular weight has an italic, a sample line is set in it as well. Following this are three lines of sample copy in 13-point size that display some of the font's special characters. Lastly, there is a sample alphabet in 12-point size is each of the fonts that make up the respective typeface family. Each typeface includes further infor mation, such as the name of its designer, the year in which it was designed, the formats offered, and from which foundry library the typeface comes from.
I was pleased by the fact that the catalog features over 200 families which contain decently designed sets of Central European diacritics.
The authors of the specimen books should be congratulated for creating a truly useful tool offering good overview of the digital fonts available, albeit only those offered by Linotype and its partners (such as Adobe, ITC, Monotype, Omnibus, Bauer). This is why I respect the Linotype's decision to distribute the specimen book not for free, but for a price of 19 Euro (excl. VAT). → **www.linotype.com**

KOMPLETNÍ KATALOG PÍSEM A–Z Písmolijny se v posledních letech snaží vylepšovat prezentaci svých písem na internetu, mnohé umožňují, aby si zájemce vyzkoušel dané písmo na krátkém textu nebo si ukázku dokonce vytiskl na vlastní tiskárně. Přes tato sofistikovaná a rychlá řešení je pro mnoho typografů internetový vzorník jen chabou náhražkou tištěného vzorníku, který poskytuje mnohem věrnější ukázku toho, jak bude písmo vypadat v tisku. Velké písmolijny a také některé menší, zvláště ty, které mimořádně dbají o estetickou a technickou kvalitu svých fontů, si nedostatky internetových řešení uvědomují a obvykle svým klientům nabízejí tištěné vzorníky. Některé firmy mají vzorníky jednoduché, se suchým výčtem prodávaných fontů, pro jiné je katalog možností, jak se blýsknout před ostatními, a tak jsou více než fonty vidět kombinace různých tiskových technologií a speciálních papírů. Vzorníků, které skutečně pomáhají s každodenním výběrem vhodného typu písma, je bohužel velmi málo.
Přestože dosavadní verze knižních katalogů písem firmy Linotype nebyly špatné, nedávno vydaný Kompletní katalog písem A–Z patří podle mého názoru k nejlepším vzorníkům digitálních písem vůbec. Má rozměr 21 × 28 cm, je vytištěný černou barvou na kvalitním, do žluta tónovaném papíře, má necelých 600 stran a je svázán v pevné plátěné vazbě. Veškeré informace o firmě Linotype, o formátech a kódování fontů jsou uvedeny v angličtině, němčině a francouzštině. Písma jsou prezentována v sedmi kategoriích – grotesky, antikvy, ručně psaná, zdobná a titulková, unciály a lomená písma, obrázková písma a středoevropská a nelatinková. (Konečně si někdo všiml, že jazyky jako čeština, maďarština nebo polština píší latinkou, takže už nejsou uváděny jako nelatinkové!) Každá rodina písem je prezentována řádkou základní verze, popřípadě i kurzivy, sázenou ve velikosti 24 bodů. Následuje třířádková 13bodová ukázka obsahující i akcentované znaky a blok uzavírá výpis všech dostupných řezů ve velikosti 12 bodů. Součástí informací o písmové rodině jsou ještě jména autorů, rok vzniku, nabízené formáty a název písmolijny či kolekce, ze které rodina pochází. Je potěšitelné, že katalog obsahuje nabídku více než 200 rodin obsahujících středoevropské znaky a že kvalita diakritiky je na poměrně slušné úrovni.
Tvůrcům publikace se podařilo vytvořit skutečně praktickou pomůcku, která podává velmi dobrý přehled o nabídce digitálních fontů, i když samozřejmě omezenou na fonty Linotype a jejích partnerů (např. Adobe, ITC, Monotype, Omnibus, Bauer). Z tohoto důvodu respektuji, že Linotype publikaci nedává zdarma, ale že je k mání za 19 eur bez DPH. **[fb]**
→ **www.linotype.com**



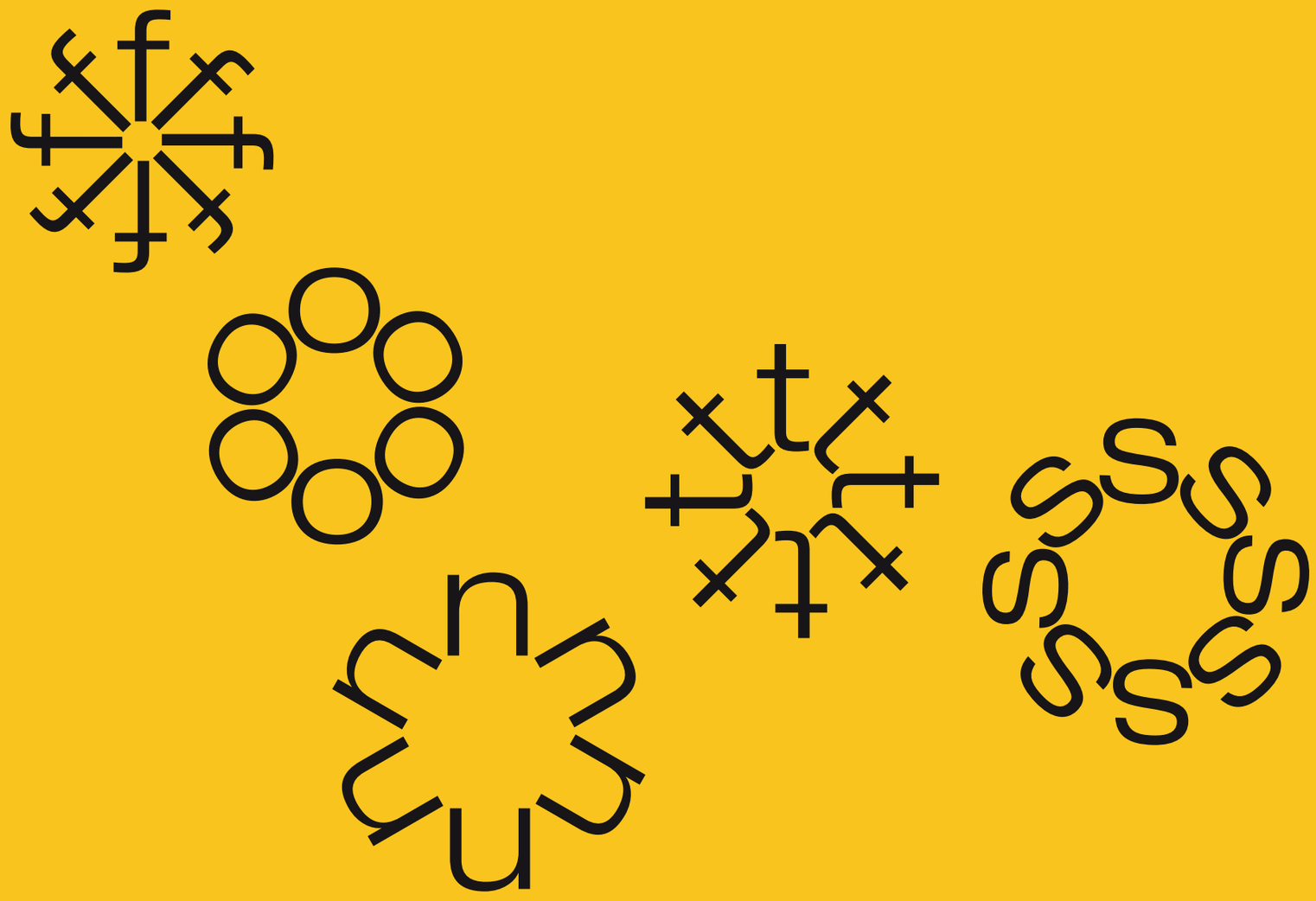
TYPO.TEXT Nimbus Sans Novus URW++ → Fette Engschrift URW++

BLACK LABEL

Tato publikace je vytištěna na papíru Black Label Mat 250 g/m² (obálka) a 150 g/m² (vnitřní listy).

ANTALIS s. r. o., Office Park Nové Butovice, Bucharova 1314/8, 158 00 Praha 5
tel.: +420 233 113 211, fax: +420 233 113 223, e-mail: antalis@antalis.cz, **www.antalis.cz**

antalis™ antalis.com



Just fonts.

Day and night, for business or pleasure,
this is your one-stop source of fonts.

Ve dne v noci, pro práci i zábavu,
je tu pro vás jeden zdroj písem.

LinotYpe Library

More than 7.700 fonts for Mac and Windows operating systems
in West and Central European encodings.

tel. +49 6172 484 424 fax +49 6172 484 429
www.fontexplorer.com

DataLine

Více než 7.700 písem pro operaèní systémy MacOS a Windows
v západním a stædoevropském kódování.

tel. +420 284 811 400 fax +420 284 811 409
www.fontexplorer.cz

← Oldřich Menhart ← microtypography / mikrotypografie ← new logo of the Czech Republic / nové logo České republiky

→ photo **Eduard Jahelka** (www.jahelka.cz)